



عنوان طرح:

بررسی و شناسایی مؤلفه های مؤثر در توسعه کسب و کار هنرهای صناعی (صنایع

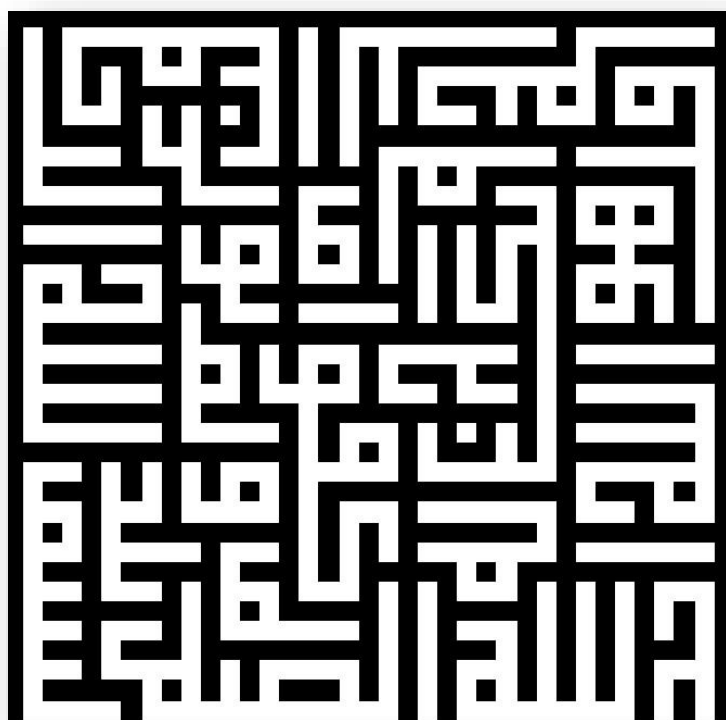


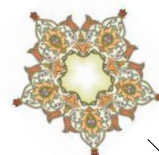
مجری طرح: انجمن زنان مدیر کارآفرین

مدیران طرح:

فرزانه سلیمانی نیسیانی و نرگس شیخی

شهریور ماه ۱۳۹۳





**عنوان طرح.** بررسی و شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار هنرهای صناعی (صنایع دستی)

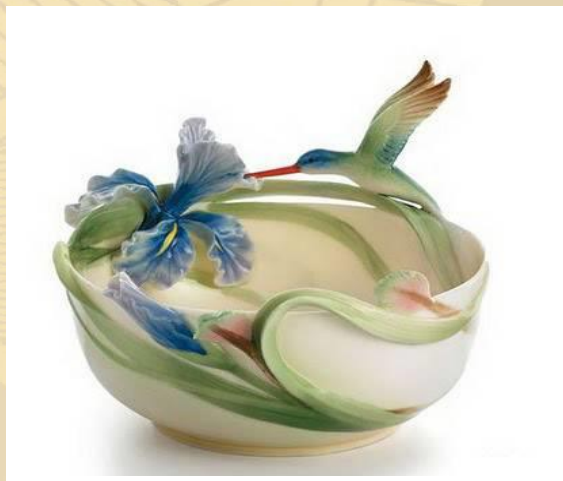
**مجری طرح.** انجمن زنان مدیر کارآفرین

**مشاوران طرح.** خانم فیروزه صابر، خانم دکتر مهین سهرابی

**مدیران طرح.** فرزانه سلیمانی نیسیانی، نرگس شیخی

**ناظر علمی طرح.** آقای دکتر حسین یآوری

**حامی مالی طرح.** اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران



فهرست





## فهرست مطالب

پیش‌درآمد.....	۱۸
سخن نخست.....	۱۹
فصل اول.....	۲۲
مقدمه.....	۲۳
۱-۱ هنرهای سنتی و صنایع دستی.....	۲۳
۲-۱ ویژگی‌های صنایع دستی.....	۲۴
۳-۱ نقش و کارکردهای اقتصادی و اجتماعی صنایع دستی.....	۲۷
۴-۱ گروه‌های رایج صنایع دستی.....	۲۸
۵-۱ کتاب‌شناسی حوزه صنایع دستی.....	۳۶
جمع‌بندی فصل اول.....	۴۰
فصل دوم.....	۴۲
مقدمه.....	۴۳
۱-۲ چالش‌های وضعیت موجود صنایع دستی.....	۴۴
۱-۲-۱ چالش‌های مطرح شده در مقالات و طرح‌ها.....	۴۴

۲-۱-۲	چالش‌های موجود در صنایع دستی بر اساس گزارش‌های مطبوعاتی	۴۸
۳-۱-۲	بررسی هم‌اندیشی خبرگان و صاحب‌نظران	۸۹
۴-۱-۲	بررسی میدانی نظر هنرمندان و صنعتگران حوزه صنایع دستی	۱۰۱
۲-۲	تحلیل محتوای چالش‌های مذکور در جداول چهارگانه	۱۰۹
	جمع‌بندی فصل دوم	۱۱۵
	فصل سوم	۱۱۶
	مقدمه	۱۱۷
۱-۳	ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی در استان‌های مختلف ایران	۱۱۸
۲-۳	معرفی صنایع دستی مناطق صادراتی مهم	۱۴۴
۱-۲-۳	معرفی صنایع دستی همدان	۱۴۵
۲-۲-۳	معرفی صنایع دستی اصفهان	۱۴۷
۳-۲-۳	معرفی صنایع دستی تهران	۱۵۱
۴-۲-۳	معرفی صنایع دستی یزد	۱۵۳
۵-۲-۳	معرفی صنایع دستی خوزستان	۱۵۶
۳-۳	بررسی اطلاعات صادراتی استان‌های مختلف بر حسب گروه‌های شاخص	۱۵۸
۱-۳-۳	آثار فلزی ایران و استان‌های صادراتی	۱۵۸
۲-۳-۳	آثار سفالی ایران و استان‌های صادراتی	۱۶۲
۳-۳-۳	آثار بگینه ایران و استان‌های صادراتی	۱۶۷
۴-۳-۳	آثار چوبی ایران و استان‌های صادراتی	۱۷۱
۵-۳-۳	دست‌بافت‌های سنتی و استان‌های صادراتی	۱۷۵
	جمع‌بندی فصل سوم	۱۷۸
	فصل چهارم	۱۸۱
	مقدمه	۱۸۲

- ۱-۴ تحلیل مراودات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای آسیایی و اقیانوسیه ..... ۱۸۳
- ۱-۴-۱ بازار هدف صادراتی کشور آذربایجان ..... ۱۸۳
- ۱-۴-۲ بازار هدف صادراتی کشور اردن ..... ۱۸۴
- ۱-۴-۳ بازار هدف صادراتی کشور ارمنستان ..... ۱۸۶
- ۱-۴-۴ بازار هدف صادراتی کشور افغانستان ..... ۱۸۸
- ۱-۴-۵ بازار هدف صادراتی کشور امارات متحده عربی ..... ۱۹۰
- ۱-۴-۶ بازار هدف صادراتی کشور اندونزی ..... ۱۹۷
- ۱-۴-۷ بازار هدف صادراتی کشور بحرین ..... ۱۹۹
- ۱-۴-۸ بازار هدف صادراتی کشور پاکستان ..... ۲۰۰
- ۱-۴-۹ بازار هدف صادراتی کشور تاجیکستان ..... ۲۰۲
- ۱-۴-۱۰ بازار هدف صادراتی کشور تایلند ..... ۲۰۴
- ۱-۴-۱۱ بازار هدف صادراتی کشور ترکمنستان ..... ۲۰۵
- ۱-۴-۱۲ بازار هدف صادراتی کشور ترکیه ..... ۲۰۷
- ۱-۴-۱۳ بازار هدف صادراتی کشور چین ..... ۲۱۱
- ۱-۴-۱۴ بازار هدف صادراتی کشور روسیه ..... ۲۱۷
- ۱-۴-۱۵ بازار هدف صادراتی کشور ژاپن ..... ۲۱۹
- ۱-۴-۱۶ بازار هدف صادراتی کشور عراق ..... ۲۲۱
- ۱-۴-۱۷ بازار هدف صادراتی کشور عربستان ..... ۲۲۵
- ۱-۴-۱۸ بازار هدف صادراتی کشور قزاقستان ..... ۲۲۷
- ۱-۴-۱۹ بازار هدف صادراتی کشور قطر ..... ۲۲۹
- ۱-۴-۲۰ بازار هدف صادراتی کشور کویت ..... ۲۳۱
- ۱-۴-۲۱ بازار هدف صادراتی کشور گرجستان ..... ۲۳۳
- ۱-۴-۲۲ بازار هدف صادراتی کشور لبنان ..... ۲۳۵

- ۲۳۷ ..... ۴-۱-۲۳ بازار هدف صادراتی کشور مالزی
- ۲۳۸ ..... ۴-۱-۲۴ بازار هدف صادراتی کشور نیوزیلند
- ۲۳۹ ..... ۴-۱-۲۵ بازار هدف صادراتی کشور هند
- ۲۴۳ ..... ۴-۲-۲ تحلیل مرادوات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای اروپایی
- ۲۴۳ ..... ۴-۲-۱ بازار هدف صادراتی کشور آلمان
- ۲۴۶ ..... ۴-۲-۲ بازار هدف صادراتی کشور اتریش
- ۲۴۷ ..... ۴-۲-۳ بازار هدف صادراتی کشور اسپانیا
- ۲۴۹ ..... ۴-۲-۴ بازار هدف صادراتی کشور انگلستان
- ۲۵۱ ..... ۴-۲-۵ بازار هدف صادراتی کشور ایتالیا
- ۲۵۴ ..... ۴-۲-۶ بازار هدف صادراتی کشور سوئیس
- ۲۵۵ ..... ۴-۲-۷ بازار هدف صادراتی کشور فرانسه
- ۲۵۷ ..... ۴-۲-۸ بازار هدف صادراتی کشور قبرس
- ۲۵۹ ..... ۴-۲-۹ بازار هدف صادراتی کشور هلند
- ۲۶۱ ..... ۴-۳-۳ تحلیل مرادوات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای قاره آمریکا
- ۲۶۱ ..... ۴-۳-۱ بازار هدف صادراتی کشور کانادا
- ۲۶۴ ..... ۴-۴ تحلیل مرادوات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای آفریقایی
- ۲۶۴ ..... ۴-۴-۱ بازار هدف صادراتی کشور کنیا
- ۲۶۷ ..... ۴-۵ اطلاعات صادراتی به بازارهای هدف صنایع دستی ایران
- ۲۶۷ ..... ۴-۵-۱ آثار فلزی ایران و بازارهای هدف صادراتی
- ۲۷۱ ..... ۴-۵-۲ آثار سفالی ایران و بازارهای هدف صادراتی
- ۲۷۶ ..... ۴-۵-۳ محصولات آبگینه ایران و بازارهای هدف صادراتی
- ۲۸۰ ..... ۴-۵-۴ آثار چوبی ایران و بازارهای هدف صادراتی
- ۲۸۴ ..... ۴-۵-۵ دست‌بافت‌های سنتی ایران و بازارهای هدف صادراتی

۲۸۷	جمع‌بندی فصل چهارم.....
۲۸۸	فصل پنجم.....
۲۸۹	مقدمه.....
۲۹۱	۱-۵ گروه مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی.....
۲۹۱	۱-۵-۱ گروه اصلی حقوقی- قانونی.....
۲۹۲	۱-۵-۲ گروه اصلی سیاسی.....
۲۹۵	۱-۵-۳ گروه اصلی اقتصادی.....
۳۰۰	۱-۵-۴ گروه اصلی فرهنگی- اجتماعی.....
۳۰۰	۱-۵-۴-۱ رویکرد درونی.....
۳۰۳	۱-۵-۴-۲ رویکرد بیرونی.....
۳۰۴	۱-۵-۵ گروه اصلی صنعت.....
۳۰۹	جمع‌بندی فصل پنجم.....
۳۱۳	فصل نتیجه‌گیری.....
۳۱۴	مقدمه.....
۳۱۶	۱-۶ رشته‌های شاخص و اصلی هنرهای صناعی.....
۳۲۱	۲-۶ چالش‌های مطرح در وضعیت موجود صنایع دستی ایران.....
۳۲۴	۳-۶ مناطق صادراتی فعال در رشته‌های مختلف صنایع دستی ایران.....
۳۲۷	۴-۶ بازارهای هدف صادراتی رشته‌های مختلف صنایع دستی ایران.....
۳۲۹	۵-۶ عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی ایران.....
۳۳۲	۶-۶ مدل نهایی مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی.....
۳۳۴	جمع‌بندی نهایی.....
۳۳۶	منابع.....
۳۳۷	منابع فارسی.....



- منابع انگلیسی ..... ۳۳۹
- منابع داده‌های آماری مورد استفاده ..... ۳۳۹
- پیوست ..... ۳۴۰
- پرسشنامه نظرخواهی ..... ۳۴۱
- فهرست رشته‌های صنایع دستی بر اساس مواد اولیه ..... ۳۴۳





## فهرست جداول

جدول ۱-۱	ملاک‌های انتخاب حوزه‌های اصلی و شاخص در حوزه هنرهای صناعی	۳۴
جدول ۱-۲	حوزه‌های اصلی و شاخص در حوزه هنرهای صناعی	۳۵
جدول ۱-۳	مجموعه کتاب‌ها در حوزه صنایع دستی	۳۶
جدول ۲-۱	چالش‌های صاحب‌نظران در مقالات و طرح‌ها، و آرایه راهکارها	۴۴
جدول ۲-۲	گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده در مقالات	۴۶
جدول ۲-۳	خلاصه گزارش‌های مطبوعاتی در زمینه چالش‌های موجود در صنایع دستی	۶۸
جدول ۲-۴	گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده در گزارش مطبوعاتی	۸۱
جدول ۲-۵	شاخص‌های شناسایی اعضای پانل (صاحب‌نظران و فعالان حوزه هنرهای صناعی)	۸۹
جدول ۲-۶	چالش‌های مطرح شده در نشست هم‌اندیشی صاحب‌نظران	۹۰
جدول ۲-۷	گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده در نشست هم‌اندیشی صاحب‌نظران	۹۷
جدول ۲-۸	ترتیب اولویت چالش‌های صنایع دستی با استفاده از آزمون فریدمن (بخش اول)	۱۰۱
جدول ۲-۹	گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده هنرمندان غرفه‌دار در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران (بخش اول)	۱۰۲
جدول ۲-۱۰	چالش‌ها و پیشنهادات هنرمندان غرفه‌دار در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران (بخش دوم)	۱۰۴

- جدول ۲- ۱۱ گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده هنرمندان غرفه‌دار در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران (بخش دوم)..... ۱۰۷
- جدول ۲- ۱۲ فراوانی تکرار چالش‌های نهایی حاصل از جداول چهارگانه..... ۱۱۰
- جدول ۲- ۱۳ مقایسه ترتیب اولویت گروه چالش‌های مطرح شده..... ۱۱۱
- جدول ۳- ۱ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان آذربایجان شرقی در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۱۸
- جدول ۳- ۲ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان آذربایجان غربی در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۲۰
- جدول ۳- ۳ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان اردبیل در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۲۱
- جدول ۳- ۴ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان اصفهان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۲۱
- جدول ۳- ۵ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان ایلام در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۲۴
- جدول ۳- ۶ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان بوشهر در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۲۵
- جدول ۳- ۷ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان تهران در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۲۶
- جدول ۳- ۸ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان چهارمحال و بختیاری در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۰
- جدول ۳- ۹ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان خراسان رضوی در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۱
- جدول ۳- ۱۰ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان خوزستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۲
- جدول ۳- ۱۱ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان زنجان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۳
- جدول ۳- ۱۲ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان فارس در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۳
- جدول ۳- ۱۳ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان قزوین در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۵
- جدول ۳- ۱۴ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان قم در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۵
- جدول ۳- ۱۵ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان کردستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۶
- جدول ۳- ۱۶ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان کرمان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۷
- جدول ۳- ۱۷ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان کرمانشاه در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۷
- جدول ۳- ۱۸ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان گلستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۸
- جدول ۳- ۱۹ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان گیلان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۸
- جدول ۳- ۲۰ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان لرستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۹
- جدول ۳- ۲۱ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان مازندران در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۹
- جدول ۳- ۲۲ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان مرکزی در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۳۹
- جدول ۳- ۲۳ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان هرمزگان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۴۰
- جدول ۳- ۲۴ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان همدان در دوره زمانی ۸۹-۹۳..... ۱۴۱

جدول ۳- ۲۵ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان یزد در دوره زمانی ۸۹-۹۳.....	۱۴۳
جدول ۳- ۲۶ اطلاعات مناطق صادراتی آثار فلزی ایران.....	۱۵۹
جدول ۳- ۲۷ اطلاعات مناطق صادراتی آثار سفالی ایران.....	۱۶۳
جدول ۳- ۲۸ اطلاعات مناطق صادراتی آبگینه ایران.....	۱۶۸
جدول ۳- ۲۹ اطلاعات مناطق صادراتی آثار چوبی ایران.....	۱۷۲
جدول ۳- ۳۰ اطلاعات صادراتی دست‌بافت‌های سستی ایران.....	۱۷۶
جدول ۴- ۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور آذربایجان در حوزه صنایع دستی.....	۱۸۳
جدول ۴- ۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اردن در حوزه صنایع دستی.....	۱۸۴
جدول ۴- ۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ارمنستان در حوزه صنایع دستی.....	۱۸۶
جدول ۴- ۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور افغانستان در حوزه صنایع دستی.....	۱۸۸
جدول ۴- ۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور امارات در حوزه صنایع دستی.....	۱۹۰
جدول ۴- ۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اندونزی در حوزه صنایع دستی.....	۱۹۷
جدول ۴- ۷ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور بحرین در حوزه صنایع دستی.....	۱۹۹
جدول ۴- ۸ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور پاکستان در حوزه صنایع دستی.....	۲۰۱
جدول ۴- ۹ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور تاجیکستان در حوزه صنایع دستی.....	۲۰۲
جدول ۴- ۱۰ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور تایلند در حوزه صنایع دستی.....	۲۰۴
جدول ۴- ۱۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ترکمنستان در حوزه صنایع دستی.....	۲۰۶
جدول ۴- ۱۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ترکیه در حوزه صنایع دستی.....	۲۰۷
جدول ۴- ۱۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور چین در حوزه صنایع دستی.....	۲۱۲
جدول ۴- ۱۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور روسیه در حوزه صنایع دستی.....	۲۱۷
جدول ۴- ۱۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ژاپن در حوزه صنایع دستی.....	۲۱۹
جدول ۴- ۱۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور عراق در حوزه صنایع دستی.....	۲۲۱
جدول ۴- ۱۷ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور عربستان در حوزه صنایع دستی.....	۲۲۶
جدول ۴- ۱۸ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور قزاقستان در حوزه صنایع دستی.....	۲۲۷
جدول ۴- ۱۹ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور قطر در حوزه صنایع دستی.....	۲۲۹
جدول ۴- ۲۰ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور کویت در حوزه صنایع دستی.....	۲۳۱
جدول ۴- ۲۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور گرجستان در حوزه صنایع دستی.....	۲۳۳
جدول ۴- ۲۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور لبنان در حوزه صنایع دستی.....	۲۳۵

- جدول ۴-۲۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور مالزی در حوزه صنایع دستی ..... ۲۳۷
- جدول ۴-۲۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور نیوزیلند در حوزه صنایع دستی ..... ۲۳۸
- جدول ۴-۲۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور هند در حوزه صنایع دستی ..... ۲۴۰
- جدول ۴-۲۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور آلمان در حوزه صنایع دستی ..... ۲۴۳
- جدول ۴-۲۷ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اتریش در حوزه صنایع دستی ..... ۲۴۶
- جدول ۴-۲۸ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اسپانیا در حوزه صنایع دستی ..... ۲۴۸
- جدول ۴-۲۹ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور انگلستان در حوزه صنایع دستی ..... ۲۴۹
- جدول ۴-۳۰ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ایتالیا در حوزه صنایع دستی ..... ۲۵۱
- جدول ۴-۳۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور سوئیس در حوزه صنایع دستی ..... ۲۵۴
- جدول ۴-۳۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور فرانسه در حوزه صنایع دستی ..... ۲۵۵
- جدول ۴-۳۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور قبرس در حوزه صنایع دستی ..... ۲۵۷
- جدول ۴-۳۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور هلند در حوزه صنایع دستی ..... ۲۵۹
- جدول ۴-۳۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور کانادا در حوزه صنایع دستی ..... ۲۶۱
- جدول ۴-۳۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور کنیا در حوزه صنایع دستی ..... ۲۶۴
- جدول ۴-۳۷ اطلاعات صادراتی آثار فلزی ایران ..... ۲۶۷
- جدول ۴-۳۸ اطلاعات صادراتی آثار سفالی ایران ..... ۲۷۱
- جدول ۴-۳۹ اطلاعات صادراتی آبگینه ایران ..... ۲۷۶
- جدول ۴-۴۰ اطلاعات صادراتی آثار چوبی ایران ..... ۲۸۱
- جدول ۴-۴۱ اطلاعات صادراتی دست‌بافته‌های سستی ایران ..... ۲۸۴



### فهرست نگاره‌ها

- نگاره ۱-۱ جایگاه صنایع دستی در انواع هنر ..... ۲۵
- نگاره ۱-۲ تغییرات عوامل سه‌گانه و هماهنگی آنها در صنایع دستی ..... ۲۷
- نگاره ۳-۱ مقایسه ارزش دلاری صادرات اقلام صنایع دستی در استان‌های مختلف ایران در دوره زمانی ۸۹-۹۳ ..... ۱۴۴
- نگاره ۳-۲ برخی روش‌های تزئین آثار فلزی ..... ۱۵۹
- نگاره ۳-۳ حجم صادرات آثار فلزی در استان‌های ایران ..... ۱۶۱
- نگاره ۳-۴ تقسیمات کلی آثار سفالی ..... ۱۶۲
- نگاره ۳-۵ حجم صادرات آثار سفالی در استان‌های ایران ..... ۱۶۶
- نگاره ۳-۶ برخی از رایج‌ترین تزئینات در شیشه‌گری ..... ۱۶۷
- نگاره ۳-۷ حجم صادرات آبگینه در استان‌های ایران ..... ۱۷۱
- نگاره ۳-۸ برخی از رایج‌ترین انواع آثار هنری چوبی ..... ۱۷۲
- نگاره ۳-۹ حجم صادرات آثار چوبی در استان‌های ایران ..... ۱۷۴
- نگاره ۳-۱۰ روش‌های بافندگی سستی ..... ۱۷۵
- نگاره ۳-۱۱ حجم صادرات دست‌بافت‌های سستی در استان‌های ایران ..... ۱۷۷
- نگاره ۳-۱۲ مقایسه حجم صادرات گروه‌های مختلف صنایع دستی در استان‌های مختلف ایران در دوره زمانی ۸۹-۹۳ ..... ۱۷۷
- نگاره ۴-۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور آذربایجان ..... ۱۸۴
- نگاره ۴-۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اردن ..... ۱۸۶

- نگاره ۴-۳ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ارمنستان..... ۱۸۷
- نگاره ۴-۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور افغانستان..... ۱۸۹
- نگاره ۴-۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور امارات..... ۱۹۶
- نگاره ۴-۶ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اندونزی..... ۱۹۸
- نگاره ۴-۷ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور بحرین..... ۲۰۰
- نگاره ۴-۸ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور پاکستان..... ۲۰۱
- نگاره ۴-۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور تاجیکستان..... ۲۰۳
- نگاره ۴-۱۰ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور تایلند..... ۲۰۵
- نگاره ۴-۱۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ترکمنستان..... ۲۰۷
- نگاره ۴-۱۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ترکیه..... ۲۱۱
- نگاره ۴-۱۳ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور چین..... ۲۱۶
- نگاره ۴-۱۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور روسیه..... ۲۱۸
- نگاره ۴-۱۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ژاپن..... ۲۲۰
- نگاره ۴-۱۶ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور عراق..... ۲۲۵
- نگاره ۴-۱۷ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور عربستان..... ۲۲۶
- نگاره ۴-۱۸ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور قزاقستان..... ۲۲۸
- نگاره ۴-۱۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور قطر..... ۲۳۰
- نگاره ۴-۲۰ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور کویت..... ۲۳۲
- نگاره ۴-۲۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور گرجستان..... ۲۳۴
- نگاره ۴-۲۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور لبنان..... ۲۳۶
- نگاره ۴-۲۳ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور مالزی..... ۲۳۸
- نگاره ۴-۲۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور نیوزیلند..... ۲۳۹
- نگاره ۴-۲۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور هند..... ۲۴۱
- نگاره ۴-۲۶ نگاره دایره ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره آسیا و اقیانوسیه..... ۲۴۲
- نگاره ۴-۲۷ نمودار دایره‌های درصد واردات صنایع دستی با قاره آسیا و اقیانوسیه..... ۲۴۳
- نگاره ۴-۲۸ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور آلمان..... ۲۴۵
- نگاره ۴-۲۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اتریش..... ۲۴۷
- نگاره ۴-۳۰ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اسپانیا..... ۲۴۹



- نگاره ۴-۳۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور انگلستان..... ۲۵۱
- نگاره ۴-۳۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ایتالیا..... ۲۵۳
- نگاره ۴-۳۳ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور سوئیس..... ۲۵۵
- نگاره ۴-۳۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور فرانسه..... ۲۵۷
- نگاره ۴-۳۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور قبرس..... ۲۵۸
- نگاره ۴-۳۶ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور هلند..... ۲۶۰
- نگاره ۴-۳۷ نمودار دایره‌ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره اروپا..... ۲۶۰
- نگاره ۴-۳۸ نمودار دایره‌ای درصد واردات صنایع دستی با قاره اروپا..... ۲۶۱
- نگاره ۴-۳۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور کانادا..... ۲۶۳
- نگاره ۴-۴۰ نمودار دایره‌ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره آمریکا..... ۲۶۴
- نگاره ۴-۴۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور کنیا..... ۲۶۵
- نگاره ۴-۴۲ نمودار دایره‌ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره آفریقا..... ۲۶۶
- نگاره ۴-۴۳ حجم صادرات آثار فلزی به بازارهای هدف صادراتی..... ۲۷۰
- نگاره ۴-۴۴ حجم صادرات آثار سفالی به بازارهای هدف صادراتی..... ۲۷۶
- نگاره ۴-۴۵ حجم صادرات آبگینه به بازارهای هدف صادرات..... ۲۸۰
- نگاره ۴-۴۶ حجم صادرات آثار چوبی به بازارهای هدف صادرات..... ۲۸۴
- نگاره ۴-۴۷ حجم صادرات دست‌بافت‌های سنتی به بازارهای هدف صادراتی..... ۲۸۵
- نگاره ۴-۴۸ نمودار دایره‌ای درصد صادرات گروه‌های صنایع دستی..... ۲۸۶
- نگاره ۵-۱ عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی..... ۲۹۰
- نگاره ۶-۱ گروه‌بندی رشته‌های صنایع دستی..... ۳۱۸
- نگاره ۶-۲ گروه‌بندی اصلی صنایع دستی ایران (گروه‌های ۱ تا ۶)..... ۳۱۹
- نگاره ۶-۳ گروه‌بندی اصلی صنایع دستی ایران (گروه‌های ۷ تا ۱۲)..... ۳۲۰
- نگاره ۶-۴ چالش‌های صنایع دستی بر حسب فراوانی تکرار..... ۳۲۱
- نگاره ۶-۵ چالش‌های اصلی در حوزه صنایع دستی..... ۳۲۳
- نگاره ۶-۶ مجموع صادرات ۵ ساله مناطق صادراتی کشور در حوزه صنایع دستی..... ۳۲۵
- نگاره ۶-۷ استان‌های صادراتی مهم در حوزه‌های اصلی صنایع دستی..... ۳۲۶
- نگاره ۶-۸ صادرات ۵ ساله به بازارهای عمده صادراتی در حوزه صنایع دستی..... ۳۲۷
- نگاره ۶-۹ بازارهای عمده صادراتی در حوزه‌های اصلی صنایع دستی..... ۳۲۸

- نگاره ۶-۱۰ عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار بر حسب فراوانی تکرار..... ۳۲۹
- نگاره ۶-۱۱ عامل‌های مهم و اثرگذار بر بهبود فضای کسب و کار صنایع دستی..... ۳۳۱
- نگاره ۶-۱۲ مدل نهایی عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کار صنایع دستی..... ۳۳۳



پیش درآمد

### سخن نخست

صنایع دستی از شاخص‌ترین دستاوردهای فرهنگ و تمدن هر قوم و ملتی است که با وجود انواع و گونه‌های مختلف، دارای ویژگی‌ها و قابلیت‌های منحصر به فردی از جمله قابلیت ایجاد و توسعه در مناطق مختلف (شهر، روستا، و حتی در جوامع عشایری)، عدم نیاز به سرمایه‌گذاری کلان (با وجود دارا بودن ارزش افزوده زیاد در مقایسه با صنایع دیگر)، تأمین قسمت عمده مواد اولیه مصرفی آن از منابع داخلی، و عدم همانندی و تشابه فرآورده‌های تولیدی آن با یکدیگر است. به طوری که این هنر-صنعت در کلان برنامه پنج ساله توسعه و چشم‌انداز بیست ساله کشور (ایران) قرار گرفته و دارای روزشمار بین‌المللی<sup>۱</sup> است.

هر چند تلاش‌های مستمری جهت حفظ و احیای دستاوردهای صنایع دستی کشور صورت گرفته است، به دلیل گستردگی نقش و جایگاه آن در ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، و اقتصادی که عزم ملی دو چندان را می‌طلبد، هنوز با چالش‌هایی وسیع به خصوص در حوزه کسب و کار فعالان (در بازارهای داخلی و خارجی) رو به روست. حضور کمرنگ هنرهای سنتی و صنایع دستی در نمایشگاه‌های بین‌المللی، فقدان بسته‌بندی مناسب، حضور روزافزون محصولات تقلبی بی‌کیفیت و ارزان خارجی و تصاحب بازار محصولات داخلی توسط آنان، گرانی مواد اولیه صنایع دستی و عوامل و شرایط آن به مرور زمان باعث شده است که تولید صنایع دستی در ایران چندان مقرون به صرفه نباشد و هنرهای اصیل ایرانی در مهد آفرینش خود منسوخ شوند. وجود بیش از سیصد رشته متنوع هنرهای سنتی و صنایع دستی در ایران و نبود بازاریابی و تبلیغات مؤثر، خود نشان می‌دهد که رسیدگی به تمام مشکلات این بخش نیازمند زمان و اعتبارات کافی است. در عین حال، در مجموعه هنرهای سنتی و صنایع دستی نیز موفقیت در هر بخشی نیاز به همکاری سایر بخش‌ها دارد.

امروز درآمد حاصل از صادرات جهانی صنایع دستی به رقمی قریب به ۳۰۰ میلیارد دلار نزدیک شده است. ولی سهم ایران در بازار جهانی درصد ناچیزی است. این در حالی است که کشورهایی مثل چین، هند و حتی پاکستان و ویتنام نیز در این راه از ایران پیشی گرفته‌اند. تلاش چین و هند برای تسخیر هر چه بیشتر بازار جهانی صنایع دستی و کوشش برای یافتن بازارهای جدید در حالی صورت می‌گیرد که در ایران به رغم برخورداری از انواع مختلف صنایع دستی، به این عرصه به عنوان یک شغل جنبی و تفننی نگریسته می‌شود و جایگاه چندان در اقتصاد کشور ندارد. سهم صنایع دستی از تولید ناخالص ملی ایران رقم چندان نیست که بتوان از آن به عنوان دستاورد قابل توجه یاد کرد، اما آنچه اهمیت دارد برنامه‌ای است که باید برای آینده صنایع دستی طرح‌ریزی کرد.

طرح حاضر، در پی دستیابی به هدف کلی بررسی و شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار در حوزه هنرهای صناعی (صنایع دستی) است. به نظر می‌رسد با توجه به نقش هفتاد درصدی زنان فعال در این حوزه، بخش عظیمی از جامعه هدف را

۱. ۲۰ خرداد برابر با ۱۰ ژوئن، روز جهانی صنایع دستی است.

زنان تشکیل دهند. در این میان، تلاش شده است که اهداف جانبی شناسایی چالش‌های اساسی در مسیر توسعه کسب و کار در حوزه‌های اصلی هنرهای صناعی و آنگاه عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار در حوزه‌های اصلی هنرهای صناعی حاصل شود. به علاوه، هدف جانبی این طرح، تقویت فرهنگ خوداشتغالی و کارآفرینی در هنرهای صناعی است؛ به گونه‌ای که این هنر-صنعت، به عنوان بخش عمده کسب و کارهای خوداشتغال مورد توجه قرار گیرد.

به منظور کسب این اهداف، از روش تلفیقی (کمی و کیفی) استفاده می‌شود که مبتنی بر پارادایم عمل‌گرایی است. در این پارادایم که بر پیامدهای پژوهش معطوف است، به جای تأکید بر روش‌ها، تمرکز اصلی بر سؤال تحقیق است و از تمام رویکردهای موجود برای فهم مسئله استفاده می‌شود. این دیدگاه از به کارگیری هدفمند کثرت‌گرایی روش‌شناختی حمایت می‌کند و متعهد به یک چارچوب تجویزی با رویکردی واحد در شناخت واقعیت نیست. در مقابل، به استفاده آزادانه از پیش‌فرض‌های کمی و کیفی، و تلفیق روش‌ها و تکنیک‌های تحقیق پایبند است. در واقع، برای پژوهشگران مهم این است که چه موضوعی را چگونه انجام دهند. آنها به مجموعه فعالیت‌هایی می‌اندیشند که انجام آنها برای شناخت مسئله و پاسخ به سؤال‌های پژوهشی ضرورت خواهد داشت. بنابراین، بنابر نظر کرسول (۲۰۰۹)، می‌توان ترکیبی از رویکردهای کمی و کیفی را در پژوهشی واحد برای پاسخ به پرسش‌ها یا شناخت جنبه‌های مختلف یک مسئله مورد استفاده قرار داد.

بدین ترتیب، در پژوهش حاضر، بر اساس نوع‌شناسی کرسول و همکاران (۲۰۰۳)، طرح ترکیبی همزمان-زاویه‌بندی استفاده می‌شود. به عبارت دیگر، هر دو روش کمی و کیفی به صوت همزمان طراحی و اجرا می‌شوند. به این ترتیب که فرآیند گردآوری و تحلیل داده‌ها در هر یک از این روش‌ها، به طور همزمان اما جداگانه، صورت می‌گیرد. سپس نتایج تحلیل‌های هر دو رویکرد با یکدیگر ترکیب می‌شود. لازم به ذکر است، در این پژوهش، رویکرد کیفی نسبت به کمی از اولویت بیشتری برخوردار است. ولی تلاش می‌شود تا از هر دو روش جهت بهبود پاسخ به سؤالات تحقیق استفاده شود. در بخش کمی، با استفاده از پرسشنامه نظرخواهی با سؤالات بسته، نظر هنرمندان و فعالان این حوزه در مورد چالش‌های اساسی کسب و کار همراه با عوامل مؤثر بر توسعه آن جمع‌آوری و آنگاه با استفاده از تکنیک آزمون فریدمن با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار می‌گیرند. در بخش کیفی نیز، مستندات موجود (مقالات، طرح‌ها و گزارش‌های مطبوعاتی) از طریق روش تحلیل محتوا مورد تحلیل قرار می‌گیرند و به علاوه، سؤالات باز مطرح شده در پرسشنامه نظرخواهی به صورت مصاحبه‌های ساختارمند با فعالان، با کدگذاری مؤلفه‌ها تحلیل محتوا می‌شوند. بنابراین، نتایج تحلیل هر دو بخش در نهایت با یکدیگر ترکیب می‌شوند و جمع‌بندی نهایی صورت می‌گیرد. لازم به ذکر است، در طرح حاضر، به منظور سنجش موقعیت صادراتی کشور در حوزه صنایع دستی نیز، بر اساس داده‌های آماری دریافتی از پایگاه داده‌های گمرک ایران و اتاق بازرگانی تهران، تحلیل مناطق صادراتی و تعاملات بازرگانی ایران با سایر کشورها در دوره زمانی ۵ ساله ۸۹-۹۳ نیز مورد بررسی قرار می‌گیرند. آنگاه مناطق صادراتی مهم در کشور و بازارهای هدف صادراتی در سطح بین‌الملل مشخص می‌شوند.

از آنجا که هر دستاورد اجتماعی متأثر از فعالیت بخشی از نیروهای انسانی است، در این راستا ضمن مطالعه و بررسی کتابخانه‌ای، از فرصت‌های پژوهش میدانی نیز استفاده می‌شود و با طراحی پرسشنامه و ارایه به شرکت‌کنندگان و غرفه‌داران

نمایشگاه‌ها (حدود ۶۰ نفر)، پاسخ‌ها از طریق آزمون فریدمن مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار می‌گیرد. هم‌چنین با اجرای برنامه نشست و هم‌اندیشی با حضور حدود بیست و پنج نفر (۲۵) از صاحب‌نظران و فعالان این حوزه (هنرهای صناعی) شامل جامعه هنرورزان (بومی)، تشکل‌های حرفه‌ای، تعاونی‌ها، دولت (سیاست‌گذاران)، شبکه تجارت (بازار داخلی و بین‌المللی)، مراکز دانشگاهی (دولتی و غیردولتی)، و اتحادیه‌های صنفی؛ چالش‌ها و وضعیت موجود توسعه کسب و کار این حوزه جهت شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار مورد بررسی و تدوین قرار می‌گیرد. شایان ذکر است، توجه محققان در جمع‌آوری اطلاعات، بر قوانین موجود و سند چشم‌انداز توسعه و برنامه پنج‌ساله کشور است.

بنابراین در ابتدا سعی بر آن است تا حوزه‌های اصلی و شاخص در زمینه هنرهای صناعی بازنگری شود و با آسیب‌شناسی عملکرد فعالان این حوزه، چالش‌های اساسی در مسیر بهبود شرایط حوزه‌های اصلی هنرهای صناعی تدوین شود و بدین ترتیب، عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار در حوزه‌های اصلی صنایع دستی مورد شناسایی قرار گیرد. لذا تلاش می‌شود در بررسی‌های کتابخانه‌ای و میدانی، بسترهای مخالف از ابعاد متفاوت مورد توجه طرح قرار گیرند.

به طور کلی، فصل‌بندی این طرح بر اساس سؤالات تحقیق صورت پذیرفته است. در فصل اول، در پاسخ به سؤال اول، حوزه‌های اصلی و شاخص در حوزه صنایع دستی شناسایی و معرفی می‌شوند. فصل دوم، با توجه به سؤال دوم طرح، با اقتباس از وضعیت موجود صنایع دستی و با بررسی مقالات و طرح‌ها، گزارش‌های مطبوعاتی، نشست هم‌اندیشی با صاحب‌نظران و فعالان و پرسشنامه نظرخواهی از فعالان این حوزه به طرح چالش‌های اساسی در حوزه کسب و کار این صنعت می‌پردازد. در فصل‌های سوم و چهارم، با استفاده از داده‌های آماری مربوط به صادرات صنایع دستی به ترتیب مناطق صادراتی مهم و بازارهای هدف صادراتی مورد شناسایی قرار می‌گیرند. آنگاه در فصل پنجم، عوامل مؤثر در توسعه با جمع‌بندی موارد مطرح شده در فصول گذشته معرفی و تحلیل می‌شوند. در نهایت، در فصل نتیجه‌گیری، خلاصه‌ای از نتایج طرح در قالب نمودارهای کلی ارائه می‌شود.

بی‌تردید تدوین هر اثری به حمایت و همکاری عناصر متعددی نیازمند است. این طرح نیز، با همراهی و همگامی نزدیک مجری طرح، انجمن زنان مدیر کارآفرین؛ راهنمایی‌های ارزشمند مشاوران گرامی، سرکار خانم فیروزه صابر و سرکار خانم دکتر مهین سهرابی؛ نظرات مفید ناظر علمی طرح، جناب آقای دکتر حسین یآوری؛ و هم‌چنین حمایت مادی و معنوی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران و به خصوص رهنمودهای ارزنده جناب آقای دکتر سید محمود حسینی، رییس مرکز مطالعات و بررسی‌های اقتصادی، صورت پذیرفته است که بدین وسیله از زحمات همگی این عزیزان تقدیر و تشکر به عمل می‌آید.

مدیران طرح

فرزانه سلیمانی، نرگس شیخی





## فصل اول

## مقدمه

فرهنگ و تمدن اقوام گذشته از طریق آثار مادی و معنوی به جا مانده از دوران‌های گذشته حفظ و به جهانیان معرفی می‌شود. در این میان، صنایع دستی جایگاه ویژه و نقشی اساسی در معرفی سابقه فرهنگی و تاریخی هر ملت دارد. به واسطه این آثار ارزشمند، پنهان‌ترین زوایای فرهنگی و قومی یک سرزمین آشکار می‌شود. به طور کلی، آثار صنایع دستی دارای دو جنبه عینی و حکمی است. بعد عینی تحت تأثیر امکانات و زمان شکل می‌گیرد و جنبه حکمی حامل ذهنیت و تخیلات هنرمند سازنده آن است. بدین ترتیب، صنایع دستی به مثابه منبع مهم آرایه فرهنگ ملی به شمار می‌رود. به طوری‌که بدون توجه به صنایع دستی کشورها، نمی‌توان ادراکی عمیق از ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی آنها داشت.

اولین آثار صنایع دستی، صرفاً به منظور تأمین نیازهای ابتدایی بشر به وجود می‌آمدند. در حال حاضر، صنایع دستی به عنوان هنر-صنعت، دارای هر دو بعد زیبایی‌شناختی و اقتصادی است. به عبارت دیگر، آثار صنایع دستی، نه تنها نشان‌دهنده هویت و فرهنگ ایرانی است، صنعتی در خور توجه محسوب می‌شود. به طوری‌که می‌توان آن را عاملی مهم در بهبود تراز پرداخت‌های کشور در نظر گرفت. در واقع، رمز ماندگاری و حیات آینده کشورها در روند جهانی شدن، در گروی نگاه کیفی و برنامه‌ای به صنایع دستی است. مولود فرآیند جهانی شدن، حرکت به سمت یکپارچگی زندگی بشری است و آنچه که در این فضا می‌تواند اصالت و قومیت‌ها را زنده و پویا نگه‌دارد، عمق دادن به هنر و فرهنگ محلی و منطقه‌ای با رویکرد زمان خود است. امروزه صنایع دستی به عنوان میراث مشترک بشری در سطح بین‌المللی، عاملی مؤثر برای نزدیکی و همکاری تلقی می‌شود که پشتمانه این همکاری در حوزه‌های فرهنگ، هنر و اقتصاد نهفته است.

## ۱-۱ هنرهای سنتی و صنایع دستی

به طور کلی، هنرهای سنتی به آن دسته از هنرها گفته می‌شود که در طول سده‌های متمادی، با حفظ سنت‌های اصیل و ریشه‌ها رشد می‌کنند و به حیات خود ادامه می‌دهند. در این هنرها بینش و اعتقاد هنرمند در تمامی مراحل کار مورد توجه قرار می‌گیرد و با استفاده از مواد و مصالح بومی و محلی به ابداع تجلیات مختلف هنری دست می‌زند. از ویژگی‌های هنرهای سنتی، رمزآميز و تمثیلی بودن آن است. یک هنر سنتی زیباست و چون نگاره یک حقیقت متعالی است، بر بیننده اثر می‌گذارد. شاخص‌های اصلی یک اثر هنری سنتی بدین شرح هستند.

- جنبه هنری دارد و در آن سنت‌ها، فنون و روش‌های ویژه هنری با ابزار و مواد خاص با کیفیت‌های پذیرفته‌شده به کار می‌رود.
- از پشتمانه اعتقادی و سنتی برخوردار است.
- ریشه در تاریخ دارد.
- کمک‌رسان به رشد و تعالی انسان است.
- محصولی فرهنگی است و حامل پیام و محتوای ارزشمند است.

رشته‌های مختلف هنرهای سنتی شامل مواردی از قبیل شعر و ادبیات، موسیقی، معماری و هنرهای وابسته، نمایش‌های سنتی و آئینی، و صنایع مستظرفه است. همچنین، صنایع دستی به عنوان بخشی از هنرهای سنتی به شمار می‌رود.

**صنایع دستی:** صنایع دستی به مجموعه‌ای از هنر - صنعت‌ها اطلاق می‌شود که به طور عمده با استفاده از مواد اولیه بومی و انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید به کمک دست و ابزار دستی، موجب ساخت محصولات می‌شود که در هر واحد آن ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر سازنده به نحوی تجلی می‌یابد و همین عامل وجه تمایز اصلی این گونه محصولات از مصنوعات مشابه ماشینی و کارخانه‌ای و یا سایر صنایع دستی فاقد جنبه‌های هنری است (سازمان صنایع دستی، ۱۳۶۲).

## ۲-۱ ویژگی‌های صنایع دستی

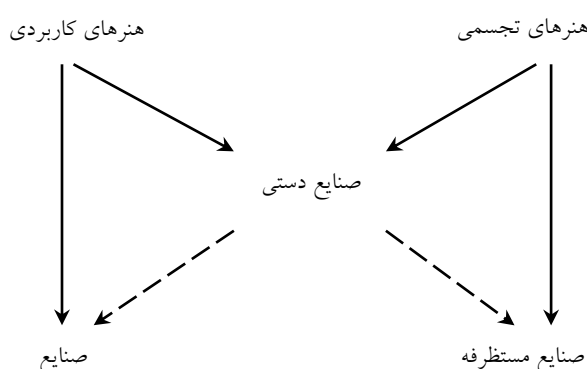
صنایع دستی به‌عنوان زیرمجموعه‌ای وسیع از هنرهای سنتی ایران، از گذشته‌های دور تا امروز جایگاه ویژه‌ای در فرهنگ بومی و معنوی ایران داشته است. به طور کلی می‌توان برخی ویژگی‌ها را برای صنایع دستی به شمار آورد که بدین شرح ارائه می‌شوند:

- در نظر گرفتن صنایع دستی ایران به عنوان محملی برای میراث فرهنگی و هنری این مرز و بوم، که ریشه در اعتقادات و باورهای قومی، و نیز قوه ابتکار و خلاقیت استادکاران ایرانی دارد.
  - امکان تأمین قسمت عمده مواد اولیه مصرفی از منابع داخلی
  - همانند و مشابه نبودن این فرآورده‌های تولیدی با یکدیگر
  - انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید به وسیله دست و ابزار و وسایل دستی
  - خوداتکایی بخش عمده تولید و برآورده ساختن نیازهای داخلی
  - قابلیت عرضه در سطح جهانی به عنوان یک محصول فرهنگی و هنری
  - جذب هنر دوستان از سراسر جهان و در نتیجه توسعه ایرانگردی و مبادلات فرهنگی
  - قابلیت ارائه آموزش به شیوه‌های سنتی و آکادمیک
- البته، در برخی مواقع، به منظور تشریح صنایع دستی، از عبارت هنرهای صناعی استفاده می‌شود که در این موارد، ماهیت و ارزش هنری صنایع دستی بیشتر مورد نظر بوده است.

در ایران، صنایع دستی با توجه به شرایط جغرافیایی، فرهنگی، اجتماعی و نیازهای مادی و معنوی اقوام مختلف ایرانی پدید آمده و جلوه‌های گوناگونی به خود گرفته است. هنرمند ایرانی در ایجاد و ابداع اثر هنری به خاطرات قومی، باورهای دینی، طبیعت بکر و چشم‌اندازهای زیبای اطراف، توجه کرده و از آنها به عنوان دستمایه‌ای برای کارهای خود بهره جسته است. در هنرها، هر چه جنبه زیبایی‌شناختی و مبانی نظری قوی‌تر و غنی‌تر باشد، به هنرهای تجسمی نزدیک‌تر می‌شود؛ و اگر ابداع اثر بر محور کاربرد و عملکرد استوار شود، در گروه هنرهای کاربردی قرار می‌گیرد. بنابراین، می‌توان گفت صنایع دستی از جمله آثاری است که هر دو جنبه تجسمی و کاربردی را در بر می‌گیرد. اگر در این آثار جنبه زیبایی بیشتر مورد توجه باشد، نام "صنایع

مستظرفه" به خود می‌گیرد، نظیر طراحی، نقاشی، تذهیب، تشعیر، نگارگری و ... و هر چه بعد کاربردی آن گسترش یابد، به عنوان "صنایع" شناخته می‌شود، از قبیل ابزارسازی، چاقوسازی و ... . نگاره ۱-۱، جایگاه ویژه صنایع دستی در میان سایر هنرها را نشان می‌دهد.

در تبیین جایگاه صنایع دستی با توجه به نگاره ۱-۱، که جایگاه ویژه صنایع دستی در میان سایر هنرها را نشان می‌دهد، در ابتدا هر یک از بخش‌های مرتبط با صنایع دستی مورد توجه قرار می‌گیرد. در تشریح هر یک از این موارد، ارتباط آنها با صنایع دستی آشکار می‌شود.



نگاره ۱-۱ جایگاه صنایع دستی در انواع هنر

**هنرهای تجسمی:** احساس و اندیشه هنرمند از طریق تصویر کردن روی یک سطح دوبعدی یا ابعاد یک نقش برجسته یا حجم سه‌بعدی، برای انتقال اندیشه صورت می‌پذیرد. در واقع، هنرهای تجسمی، مجموعه آثاری هستند که انسان به کمک آن تصاویر ذهنی خویش را شکل می‌بخشد. انواع هنرهای تجسمی مانند نقاشی، مجسمه‌سازی، ارتباط تصویری (گرافیک)، تصویرسازی و عکاسی، همه زیرمجموعه‌های هنرهای تجسمی محسوب می‌شوند. این هنرها، احساس و کاربرد را هم‌زمان و به موازات یکدیگر به کار می‌گیرند.

**هنرهای کاربردی:** در طول تاریخ، تفکیک هنرهای کاربردی از هنرهای زیبا وضعیت ثابتی نداشته است، اما به طور کلی، بر مبنای مفید بودن هنرهای کاربردی و جنبه هنری و زیباشناسانه هنرهای زیبا، این تفکیک صورت پذیرفته است. اکنون رشته‌های طراحی صنعتی، چاپ، صنایع دستی، کتابت و نگارگری، فرش، مرمت آثار تاریخی، طراحی پارچه، و طراحی لباس، زیرمجموعه هنرهای کاربردی محسوب می‌شوند.

**صنایع مستظرفه:** براساس تقسیم‌بندی کتاب آشنایی با میراث فرهنگی و هنری، رشته‌های عمده صنایع مستظرفه به شرح زیر است:

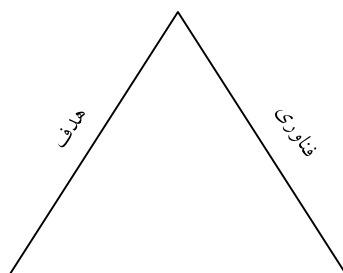
- طراحی سنتی (طراحی برای زمینه‌های گوناگون، نقشه‌کشی قالی و گلیم، تذهیب و تشعیر، نقش‌بندی و ...)

- خط و خوشنویسی

- کتاب‌سازی و کتاب‌آرایی (کاغذسازی و هنرهای وابسته، صحافی سنتی و جلدسازی از قبیل سوخت، ضربی، لاک‌ی و ...)
- نقاشی ایرانی (نقاشی با شیوه‌های متفاوت و روی زمینه‌های گوناگون از جمله روی بوم، دیوار، پشت شیشه، سفال‌گری، نگارگری و ...)
- نساجی و دوخت (پارچه‌بافی، ترمه‌بافی، دارایی‌بافی، سوزندوزی، قلاب‌دوزی و ...، به عنوان پوشش حسینه‌ها و تکایا و ...)
- آثار گوناگون هنری که عمده ماده تشکیل‌دهنده آن چوب است (مانند معرق، منبت، مشبک، خاتم، گره‌چینی، کنده‌کاری، نازک‌کاری و ...)
- سازسازی سنتی
- فلزکاری و زرگری (قلم‌زنی، مليله‌سازی، مشبک‌کاری، حکاکی روی فلزات، زیورآلات سنتی، دوات‌گری، فیروزه‌کوبی، و مرصع‌کوبی)
- سفال و کاشی (کاشی‌سازی، کاشی معرق، کاشی هفت‌رنگ، سفال‌گری و ...)
- زیراندازهای سنتی قالی، گلیم، گبه، سوزی، سوماک، زیلو
- آثار لاک‌ی روغنی
- حکاکی
- حجاری و سنگ‌تراشی
- شیشه‌گری و آینه‌کاری (ساخت و ساز هنری با شیشه، تراش روی شیشه و ...)
- رنگ‌سازی و رنگ‌رزی سنتی

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، صنایع دستی با هر یک از بخش‌های مطرح شده، ارتباط تنگاتنگی برقرار می‌کند. به طوری‌که می‌توان به وضوح، این ارتباط میان بخش‌ها را درک کرد. در واقع، صنایع دستی به عنوان یک هنر- صنعت، از یک سو ارتباط هنری با هنرهای تجسمی و کاربردی دارد و از سوی دیگر، دارای ویژگی‌های یک صنعت است.

در فرآیند تولید انواع صنایع دستی، بر دو قابلیت تفکر و تجربه تأکید می‌شود. نوآوری و حفظ سنت‌ها و مهارت‌های استادانه از این دو قابلیت برخاسته و سبب تکمیل و تداوم آن می‌شود. برای شناخت ماهیت و مفهوم صنایع دستی توجه به سه عامل اساسی تشکیل‌دهنده آن، یعنی هدف، شکل ظاهری و فناوری ضروری است که هماهنگی بین این سه عامل نیز در کیفیت مادی و معنوی، و میزان ارزش افزوده صنایع دستی اثرگذار است. در برخی آثار صنایع دستی، گاهی یکی از این عوامل قوی‌تر دیده می‌شود. چنانچه هنرمند این سه عامل را به طور متعادل در نظر گیرد، اثر نهایی به کمال و کیفیت مطلوب خود نزدیک می‌شود. این ترتیب عوامل سه‌گانه در نگاره ۱-۲ مشخص شده است.



شکل ظاهری

نگاره ۱-۲ تغییرات عوامل سه‌گانه و هماهنگی آنها در صنایع دستی

در ادامه، هر یک از این عوامل سه‌گانه به طور اجمالی تشریح می‌شود.

**الف) هدف:** در صنایع دستی، هدف بر مبنای نیازهای مادی و معنوی تعریف می‌شود و این نیازها خود می‌تواند بیان‌کننده نوع محصول تولید شده باشد. در نیازهای معنوی، تکیه بر باورها، آداب و رسوم، و ارتباطات قومی و فرهنگی است که می‌تواند همگام با نیازهای مادی ناشی از شرایط زیستی و معیشتی، در یک اثر متجلی شود.

**ب) شکل ظاهری:** بعد دیگر صنایع دستی، شکل صوری یا ظاهری اثر است که گذشته زیبایی آن، خود باعث شناسایی و وجه تمایز آن از صنایع دستی سایر مناطق و سرزمین‌هاست.

**ج) فناوری:** فناوری یا روش تولید که بنیان اصلی شکل‌گیری یک اثر در صنایع دستی است، با بهره‌گیری از دانش و تجربه پیشینیان، و گاه به مدد تجربیات و اطلاعات جدید، تولیدات متنوعی را پدید می‌آورد.

### ۳-۱ نقش و کارکردهای اقتصادی و اجتماعی صنایع دستی

جایگاه صنایع دستی در رشد و توسعه اقتصادی کشور، مقوله‌ای است که با وجود اهمیت بسیار، مورد غفلت قرار گرفته است. همین دیدگاه حاشیه‌ای نسبت به این صنعت سبب شده است که هنرهای صناعی با وجود پیشینه تاریخی ارزشمند، در مسیر افول قرار گیرد و در میدان رقابت، قادر به ارایه قابلیت‌های خود نباشد. به طور کلی، می‌توان حضور این صنعت در سیستم اجتماعی و اقتصادی کشور را بسیار مهم ارزیابی کرد که در ادامه به برخی از این موارد اشاره می‌شود.

در بحث کار و اشتغال، می‌توان به صنایع دستی به عنوان حوزه‌ای مولد و درآمدزا برای افرادی اشاره کرد که از ذوق هنری برخوردار هستند و در عین حال، تمایل دارند از کارهای دستی خود، منفعت اقتصادی نیز داشته باشند. به علاوه، ساخت محصولات صنایع دستی می‌تواند به مثابه شغل جانبی روستاییان و عشایر، به خصوص در دوران بیکاری فصلی و یا اوقات فراغت، به حساب آید. همین امر منجر به جلوگیری از مهاجرت بی رویه این گروه به شهرها می‌شود. در واقع، فعالیت‌های صنایع دستی به جهت اتکا بر ذوق و سلیقه نیروی انسانی، و استفاده عمده از تجهیزات دستی نیاز چندانی به سرمایه نقدی ندارد و می‌توان با سرمایه اندکی نسبت به ایجاد اشتغال در این بخش اقدام کرد.



از سوی دیگر، با داشتن نگاهی کلان به بحث اشتغال، می‌توان به صنایع دستی به عنوان منبع اشتغال مولد و درآمدزا در سطح کشور اشاره داشت. صنعتی که با استفاده از روحیه هنری افراد و تقویت خلاقیت و ابتکار آنها در امر تولید انواع محصولات دستی، نه تنها ارایه دهنده فرهنگ و هنر ایرانی در سطح داخلی و خارجی، و حتی جهانی است، بلکه صرفه اقتصادی نیز با خود به دنبال دارد و به بهبود تراز پرداخت‌های کشور کمک شایانی می‌کند. بدین ترتیب، با سرمایه‌گذاری بر روی صنایع دستی می‌توان در جهت رشد و توسعه اقتصادی، به صادرات غیرنفتی و تأمین درآمد ارزی از طریق آن اتکا کرد. در کنار آن، ارزش‌های فرهنگی، آداب و رسوم دیرینه و اصالت‌های ایرانی نیز به جهانیان معرفی می‌شود.

به علاوه، صنایع دستی عاملی مؤثر در توسعه جوامع محلی و توسعه نیافته شهری و روستایی کشور است. در واقع، استفاده از نیروی عظیم انسانی در این بخش‌ها، نه تنها از جنبه اقتصادی از مزیت بالایی برخوردار است، بلکه می‌تواند در پیشگیری از انواع آسیب‌های اجتماعی نظیر مهاجرت‌های بی‌رویه، اعتیاد و ... مؤثر باشد. هر چند در حال حاضر، به جهت نبود مزیت اقتصادی در میان فعالان صنایع دستی، قادر به نقش‌آفرینی در سایر بخش‌های اجتماعی نیز نیست.

#### ۴-۱ گروه‌های رایج صنایع دستی

همان‌طور که مطرح شد، صنایع دستی از سه رویکرد شکل ظاهری، هدف و کاربرد (روش تولید، مواد اولیه و ابزار) تشکیل شده است. به دلیل تنوع فراوان این هنر، طبقه‌بندی‌های مختلفی برای آن به وجود آمده است. هر یک از گروه‌بندی‌ها، بر اساس معیار خاصی صورت پذیرفته است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

صنایع دستی را می‌توان بر اساس مواد اولیه به کار رفته، به ۹ حوزه تقسیم کرد که شامل موارد زیر است (افشار مهاجر، ۱۳۹۳):

۱. آثار دستبافت‌های سنتی شامل دست‌بافته‌های داری (مانند قالی، گلیم، گبه و ...) و دست‌بافته‌های دستگاهی (مانند زری بافی، مخمل بافی و ...)

۲. آثار فلزی شامل قلمزنی، حکاکی، طلاکوبی روی فولاد، مشبک‌کاری، میناکاری، ملیله‌کاری، طلاسازی و زرگری

۳. آثار چوبی از قبیل خراطی، معرق‌کاری، خاتم‌سازی، منبت‌سازی، مشبک‌سازی، سازسازی (سازهای ایرانی مثل تار، تنبک، سنتور و ...)، حصیربافی و ...

۴. آثار نقاشی و طراحی سنتی شامل طراحی سنتی، نگارگری (تابلو، گل و مرغ، نگارگری روی چوب، نگارگری روی چرم و ...)

۵. آثار آبگینه‌ای نظیر شیشه‌گری سنتی (فوتی و قالبی)، تراش‌کاری روی شیشه، نقاشی روی شیشه

۶. آثار سفالی مانند سفال‌گری، پیکره‌سازی، کاشی‌سازی، خرمهره‌سازی

۷. آثار سنگی از قبیل سنگ‌تراشی (ساخت ابزار و وسایل سنگی)، معرق سنگ، حکاکی روی سنگ، تسبیح‌سازی

۸. آثار رودوزی مانند سوزن‌دوزی، قلاب‌دوزی، ملیله‌دوزی، پته‌دوزی، پولک‌دوزی

## ۹. آثار چوبی سستی از قبیل قلمکار، باتیک (کلاقه).

در واقع، می‌توان تقسیم‌بندی ارایه شده از بعد مواد اولیه را تا حدودی جامع دانست، زیرا در تقسیم‌بندی دیگری بر اساس این مؤلفه، گروه‌های از قبیل آثار رودوزی‌های سستی، چاپ (مستقیم و غیرمستقیم) و رنگریزی (الیاف، نخ‌ها، پارچه‌ها)، آثار چوبی (نظیر منبت، معرق، مشبک، گره چینی، خراطی، نازک‌کاری، خاتم‌کاری و تلفیقی به صورت احجام چوبی)، آثار شیشه‌ای (از قبیل چندپوسته کردن، شیشه رنگارنگ، آبگرز کردن، نقاشی روی شیشه، مات‌سازی، تراش و تلفیقی)، آثار فلزی (از جمله قلم‌زنی، مليله‌کاری، طلاکوبی، فیروزه‌کوبی، حکاکی، میناکاری، مشبک‌کاری و تلفیقی)، آثار بافت و نساجی (نظیر کارهای دستی؛ داری قالی و گلیم؛ دستگاهی زیلو، جاجیم، کرباس، زری، ترمه و مخمل)، آثار سفالی (مانند ظروف بدون لعاب و لعاب‌دار؛ کاشی‌های تک‌رنگ، هفت‌رنگ، معرق و زرین‌فام)، آثار سنگی (از قبیل جواهرتراشی، خراطی، نقش برجسته، مشبک، معرق و تلفیقی)، آثار طراحی و نقاشی سستی (نظیر نگارگری، تذهیب، تشعیر، گل و مرغ و خیالی‌سازی)، و در نهایت آثار تلفیقی (مانند جلدسازی، کاغذسازی و ...) ذکر می‌شود (کمیسون تخصصی هنر پیش دانشگاهی، ۱۳۹۲). همچنان که در این تقسیم‌بندی صنایع دستی ملاحظه می‌شود، تنها وجه تمایز میان این دو گروه، در نظر گرفتن گروه آثار تلفیقی است که به صورت مجموعه‌ای از چند ماده اولیه در حالت ترکیبی انجام می‌شود.

بنابر تعریف سازمان فنی و حرفه‌ای، صنایع دستی به آن گروه از فرآورده‌های کاربردی تزینی اطلاق می‌شود که با استفاده از مواد اولیه طبیعی بومی، خارج از چرخه غذایی و به کمک دست و ابزار ساخته می‌شود و متأثر از سابقه تاریخی، ویژگی‌های فرهنگی و جغرافیایی مکان تولید، عادات اجتماعی، باورهای سستی و معیارهای زیبا شناختی بومی و ملی است و ذوق، هنر و خلاقیت فردی سازنده اثر در تک تک تولیدات مشهود است. بر این اساس، گروه‌بندی صنایع دستی بر اساس مواد اولیه تشکیل دهنده آنها بدین شرح است<sup>۱</sup>:

۱. **نساجی سستی**. دست‌بافته‌هایی هستند که به کمک دستگاه‌های مختلف بافندگی دو وردي، چهار وردي و ... الیاف طبیعی (پنبه، پشم، ابریشم) بافته می‌شوند و شامل پارچه‌های تارنما، پودنما، إحرامی‌بافی، پارچه‌های سستی، پتو و نوار بافی‌ها هستند.
۲. **بافته‌های داری و نمد**: بافته‌های داری شامل طیف وسیعی از صنایع دستی هستند که با استفاده از دارهای افقی یا عمودی، و مواد اولیه طبیعی (پنبه، پشم، گرک، موی بز و ابریشم) بافته می‌شوند مانند قالی، گلیم، خورجین، جل اسب و زیلو. نمد نیز منسوج نبافته‌ای است از جنس گرک، پشم و مو که در اثر متراکم کردن و فشردن (ورز دادن) الیاف فوق به دست می‌آید.
۳. **پوشاک سستی**: به آن گروه از محصولات صنایع دستی اطلاق می‌شود که با استفاده از انواع پارچه‌های دستبافت و مواد طبیعی، و با مدد گرفتن از انواع نوار و رودوزی‌ها، لباس‌های محلی (تن‌پوش، پای‌پوش، روسری، کلاه و ...) تهیه شوند.

۱. جزئیات مربوط به هر یک از این گروه‌ها در پیوست دو ارایه شده است.

۴. **چاپ‌های سنتی:** چاپ سنتی عبارت از رنگین و نقش‌دار کردن پارچه با وسایلی مانند قلم‌مو، مُهر (قلم‌کار)، از طریق پوشش با صمغ یا موم، و رنگ‌آمیزی قسمت‌های موم نخورده (باتیک) و یا گره زدن و بستن (دارایی، دندانی) است.
۵. **سفال، سرامیک و کاشی:** سفال‌گری شامل فرآورده‌هایی است که در آن با استفاده از خاک رُس و با روش‌های مختلف (چرخ‌کاری، دستی و فتيله‌ای)، گِل را فرم می‌دهند و در کوره پخت می‌کنند نظیر سفال کلپورگان، لالچین و نقش برجسته. در کل، سرامیک به سفالی اطلاق می‌شود که روی آن به وسیله لعاب پوشانیده می‌شود، به صورت منقوش در می‌آید و مجدداً در کوره پخت می‌شود مانند سفال مینایی، رولعابی و زیر لعابی. به علاوه، خشت پخت‌مسطح و لعابدار را کاشی می‌گویند که با تکنیک‌های نقاشی و یا چیدمان کاشی از قبیل کاشی زرین‌فام، مُشبک، مُعَقَلی، مینایی و هفت‌رنگ انجام می‌گیرد.
۶. **صنایع دستی چرمی:** شامل مصنوعات تزینی و کاربردی است که ماده‌اولی آن پوست پاک شده و دباغی شده حیوانات حلال باشد، همچون جلدسازی چرمی، نقاشی روی چرم، سوخت روی چرم و ...
۷. **هنرهای دستی وابسته به معماری:** به آن گروه از هنرهای سنتی گفته می‌شود که در تزیینات معماری بنابه کار می‌رود و با استفاده از ملات‌های ساختمانی از قبیل گچ، ساروج، آهک، کاشی، چوبی، شیشه‌ها رنگی، آئینه و...، با استفاده از نقوش اسلیمی و ختایی و هندسی، جلای ایرانی اسلامی به معماری دهند.
۸. **صنایع دستی فلزی:** محصولات تزینی و کاربردی که ماده‌اولی آن فلزاتی مانند آهن، برنج، مفرغ، مس و گاه فلزات گرانبه (طلا یا نقره) باشند و با استفاده از نصب جواهرات، تکنیک ضربه زدن و یا حرارت دادن و...، دارای نقوش سنتی شوند، مانند دواتگری، مسگری، قلم‌زنی، آهنگری سنتی (چلنگری)، میناکاری، زیورآلات سنتی و ...
۹. **صنایع دستی چوبی و حصیری:** به دلیل ویژگی خاص و شکل‌پذیری مناسب الیاف سلولزی و به عنوان ماده‌اولی فراوان و در قابل دسترس، در بسیاری از نقاط ایران تولید می‌شود و گروه وسیعی را در بر می‌گیرد از قبیل معرق، منبت، خاتم، خراطی، محصولات حصیری و ...
۱۰. **صنایع دستی دریایی:** مصنوعات تزینی و کاربردی ساخته شده از قطعات به دست آمده از دریا مانند صدف، گوش ماهی، استخوان ماهی، پوست و پولک ماهی و ...
۱۱. **صنایع دستی سنگی:** ساخت محصولات به وسیله تراش سنگ، فرآوری سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی مانند: حجاری، خراطی سنگ، معرق سنگ، تراش سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی و ...
۱۲. **صنایع دستی مستظرفه:** به گروهی از فرآورده‌های صنایع دستی که بُعد هنری آن بیشتر از بُعد مصرفی آن باشد اطلاق می‌شود، نظیر تذهیب، تشعیر، طراحی سنتی، نقاشی قهوه‌خانه‌ای و ...
۱۳. **رودوزی‌های سنتی:** گروهی از صنایع دستی هستند که به وسیله دوختن نقوش و تصاویر سنتی و یا الصاق اشیا بر روی پارچه‌های ساده و یا نقش‌دار تهیه می‌شوند و شامل چهار گروه اصلی رودوزی‌های پُرکار (پارچه زمین کار دیده نمی‌شود)، سوزن‌دوزی، سُکمه‌دوزی (بیرون کشیدن تار یا پود پارچه) و رودوزی‌های الحاقی (اضافه کردن و نصب منجوق، پولک، سکه، صدف، نوار، سِرْمه و ... بر روی پارچه) هستند.

۱۴. آبگینه: عبارت از ساخت ظروف و اشیای مصرفی و تزیینی از جنس خمیر شیش‌ه ذوب شده (کوارتز، سیلیس، مواد قلیایی، اکسیدهای فلزی) به روش‌های دمیدن، قالب‌گیری، ...، شکل‌دهی و نقاشی یا تراش بر روی آن است.

۱۵. پیشه‌های سنتی وابسته به صنایع دستی: به گروهی از حرف که وابستگی مستقیم به صنایع دستی دارند، تأمین‌کننده مواد اولیه آنها هستند و یا در کار تکمیل به مدد صنعتگر می‌آیند اطلاق می‌شود، مانند گلابتون‌سازی، دباغی سنتی، رفوگری و ...

هم‌چنین، برای سامان‌بخشی به حیطه وسیع هنر-صنعت دستی، یکی از راه‌های مناسب، تفکیک آن‌ها بر اساس تکنیک ساخت است. بدین صورت، محصولاتی که با استفاده از روشی مشترک خلق می‌شوند، در یک گروه با ویژگی‌های خاص آن تکنیک، قرار می‌گیرند. طبقه‌بندی بر حسب روش‌های تولید صنایع دستی توسط گروه هنرهای سنتی فرهنگستان هنر انجام پذیرفته است که بدین شرح ارایه می‌شود.

۱. بافته‌های داری (فرش دستبافت) شامل قالی، گلیم، زیلو و گبه

۲. دست‌بافته‌های دستگاهی (نساجی سنتی) از قبیل جاجیم و جاجیم ماندها، پلاس، پارچه‌ها شامل پارچه‌های فاخر و سایر پارچه‌ها

۳. رودوزی‌های سنتی شامل سه گروه دوخت روی پارچه، دوخت داخل پارچه، و الحاق مواد دیگر به پارچه

۴. هنرهای فلزی مشتمل بر هنرهای دوات‌گری، حکاکی روی فلز، قلمزنی، مشبک‌کاری، ملیله‌کاری، زرگری، کوفته‌گری (طلاکوبی، نقره‌کوبی و مس‌کوبی)، چلنگری (زموذگری)، قفل‌سازی، ریخته‌گری، زیورسازی، آثار فلزی ترکیبی (ضریح‌سازی، اسلحه‌سازی، علامت‌سازی)

۵. میناسازی (مینای نقاشی، مینای خانه‌بندی، مینای مرصع)

۶. سفال‌گری شامل سفال بدون لعاب (سفال‌گری با دست، چرخ‌کاری، نقش برجسته سفالی)، سفال لعاب‌دار (سفال دوغابی، لعاب‌سازی، نقاشی روی لعاب، نقاشی زیر لعاب)، کاشی (هفت‌رنگ، معرق، زرین‌فام، مینایی، معقلی)، سفال مینایی، سفال زرین‌فام، خرمهره و بدل چینی

۷. آبگینه شامل شیشه‌گری، تزیین شیشه، و شیشه با تلفیق فلز

۸. هنرهای مرتبط با چوب از قبیل خراطی، کنده‌کاری، سازسازی، آروسی‌سازی، معرق‌چوب، منبت‌کاری، مشبک‌کاری، خاتم‌سازی، گره چینی، سوخت روی چوب، درودگری، نازک‌کاری (ریزه‌کاری) چوب، معرق، و منبت

۹. هنرهای مرتبط با سنگ شامل هنرهای سنگ‌تراشی، خراطی سنگ، معرق سنگ، مشبک سنگ، حکاکی سنگ، مرصع، فیروزه-کوبی

۱۰. نگارگری شامل نگارگری کتاب و نگارگری مرقعات (تذهیب، تشعیر و گل و مرغ)، طراحی سنتی شامل طراحی قالی و گلیم، طراحی قلمی، ترسیمات ناخنی و گره‌کشی (طراحی گره) می‌شود، ساخت ابزار و مواد که شامل بوم‌سازی، ساخت قلم و قلم‌مو، ساخت رنگ‌ها، چسب‌ها و روغن‌ها، مهره، کاغذپوستی و تخته صیقل است.

۱۱. چاپ‌های سنتی در دو گروه چاپ روی کاغذ (چاپ سنگی) و چاپ روی پارچه شامل قلمکار، کلاقه‌ای (باتیک)، گره خورد

۱۲. حصیربافی شامل بوریبافی، چغ‌بافی (چیق‌بافی)، مرواربافی، و بامبوبافی

۱۳. نمدمالی

۱۴. پوستین‌دوزی

۱۵. آثار چرمی شامل سراجی و حکاکی روی چرم

۱۶. رنگ‌سازی سنتی شامل رنگ‌های گیاهی، حیوانی، معدنی، شیمیایی و مرکب‌سازی (مرکب خوشنویسی و مرکب نگارگری)

۱۷. رنگرزی سنتی بر روی کاغذ، چوب، پشم، ابریشم و پنبه

به‌علاوه، صنایع دستی ایران را می‌توان بر اساس نظریه کارشناسان صنایع دستی در ۲۴ گروه جای داد که شامل موارد زیر هستند (یاوری، ۱۳۸۶):

۱. **بافته‌های داری:** محصولات که به کمک دارهای افقی یا عمودی مستقر در زمین در زمان بافت تولید می‌شوند، بافته‌های داری محسوب می‌شوند مانند قالی، گلیم، چتته، رویه پستی و برخی از انواع زیلوها

۲. **دست‌بافی (نساجی سنتی):** فرآورده‌هایی که به کمک دستگاه‌های بافندگی دو‌وردی، چهار‌وردی، شش‌وردی، هشت‌وردی و ژاکارد دستی تولید می‌شوند، دست‌بافی محسوب می‌شوند. نظیر جاجیم، ترمه، زری، شال و انواع پارچه‌های پنبه‌ای، پشمی و کرکی. از جمله خصوصیات این رشته از صنایع دستی این است که اولاً کلیه مراحل سه‌گانه بافندگی (ایجاد دهنه‌کار، بودگذاری و دفین زدن) با حرکات دست و پا انجام می‌شود. ثانیاً امکان استفاده از پودهای رنگی به میزان نامحدود و همچنین تنوع طرح بافت با در اختیار داشتن و کنترل حرکات وردها میسر می‌شود که این امر نشانگر حضور موثر و خلاق انسان در تولید است.

۳. **بافتنی:** انواع مصنوعاتی که با کمک میل و قلاب و نظایر آن و با الیاف طبیعی تولید می‌شود جزو بافتنی‌ها به حساب می‌آیند نظیر دستکش، جوراب، کلاه، شال گردن، روسری و...

۴. **روکاری و رودوزی:** کلیه مصنوعاتی که از طریق دوختن نقوش سنتی بر روی پارچه‌های بدون نقش و یا کشیدن قسمتی از نخ‌های تار و پود پارچه به وجود می‌آید، در گروه رودوزی یا روکاری جای دارند، نظیر سوزندوزی، قلاب‌دوزی، ملیله‌دوزی، خامه‌دوزی، خوس‌دوزی، گلابتون‌دوزی، پته‌دوزی و...

۵. **چاپ‌های سنتی:** کلیه پارچه‌های که به وسیله قلم‌مو، مهر و نظایر آن رنگ‌آمیزی می‌شوند و نقش می‌پذیرند، جزو چاپ‌های سنتی به حساب می‌آیند مانند چاپ قلم‌کار و چاپ کلاقه‌ای (باتیک)

۶. **نمدمالی:** انواع مصنوعاتی که بر اثر درگیری و متراکم کردن پشم و کرک در شرایط فنی مناسب از طریق ورز دادن تهیه می‌شوند، جزو گروه نمدمالی به شمار می‌آیند. نظیر کلاه نمدمی، پالتو نمدمی (کَپَنک)، نمدم زیرانداز و نمدم پادری

۷. **سفال‌گری و سرامیک‌سازی:** به محصولات که با استفاده از گل رس و همچنین گل حاصله از سنگ‌های کوارتز و کائولن به کمک دست و چرخ سفالگری ساخته و سپس پخته می‌شوند، سفال و سرامیک اطلاق می‌شود. برای تکمیل اشیای ساخته شده

در نقاط مختلف کشور برجسب سنت و رسوم اقدام به نقاشی، کنده‌ی کاری و یا ایجاد نقوش برجسته روی آن‌ها شده و از لعاب مناسب برای پوشش سطح اشیا استفاده می‌شود. محصولات تولید شده این گروه شامل انواع پارچ و لیوان، ظروف غذاخوری، گلدان و... است.

۸. **شیشه‌گری:** محصولاتی را که از طریق شکل دادن مواد معدنی ذوب شده در کوره نظیر سلیس، خرده شیشه، و یا ترکیبی از این دو با استفاده از روش دمیدن توسط لوله مخصوص و کاربرد ابزار دستی شامل انبر، قیچی و غیره حاصل می‌شود، شیشه دست‌ساز می‌نامند که شامل مراحل تکمیلی و تزئینی دیگری نظیر نقاشی و تراش هم می‌شود.

۹. **تولید فرآورده‌های پوست و چرم:** محصولاتی که با استفاده از پوست و چرم دباغی شده و شیوه سنتی تولید می‌شود، نظیر پوستین، کلاه پوستی، چاروق، محصولات تکمیلی چرمی (نظیر تلفیق چرم با محصولات دست‌بافت) جزو این گروه هستند.

۱۰. **ساخت محصولات فلزی و آلیاژ:** فرآورده‌های که به شیوه سنتی و با استفاده از ابزار دستی و انواع فلزات (مس، نقره، طلا و آهن) و انواع آلیاژهای (برنج و ورشو) تولید می‌شوند، مانند انواع ظروف خانگی، چاقوی قندشکن، قفل و... جزو این گروه هستند.

۱۱. **قلم‌زنی، مشبک‌کاری و حکاکی روی فلزات و آلیاژها:** هنر- صنعتی است که طی آن طرح‌ها و نقوش سنتی با استفاده از قلم، چکش و سایر ابزار دستی بر روی اشیای ساخته شده از فلز یا آلیاژ شکل می‌گیرد.

۱۲. **سنگ‌تراشی و حکاکی روی سنگ:** شامل مصنوعات می‌شود که مواد اولیه اصلی آن را انواع سنگ‌ها، نظیر فیروزه، سنگ مرمر، سنگ یشم، سنگ سیاه، سنگ سفید (آلباستر) و... تشکیل می‌دهند و به کمک ابزار و وسایل مختلف تراشیده یا حکاکی می‌شوند، نظیر انواع ظروف، پایه چراغ، قاب عکس، انواع نگین و...

۱۳. **خراطی چوب:** خراطی شیوه‌ای از تولید محصولات چوبی است که طی آن توسط ابزار و وسایل مختلف، و به طور عمده به وسیله دستگاه خراطی اشیای نظیر انواع گهواره، پایه آباژور و... ساخته و پرداخته می‌شوند.

۱۴. **ریزه‌کاری و نازک‌کاری چوب:** روشی از ساخت فرآورده‌های چوبی است که طی آن به وسیله وسایل نجاری نظیر اره، رنده، سوهان، مغار و...، قطعات کوچک چوبی آماده می‌شوند و به صورت روکش بر روی بدنه چوبی می‌چسبند و تحت فشار شکل می‌گیرند و از این طریق انواع شکلات‌خوری، زیرسیگاری، قاب عکس، و نظایر آن‌ها تولید و عرضه می‌شوند.

۱۵. **منبت‌کاری، کنده‌کاری و مشبک‌کاری چوب:** شیوه دیگر از تولید محصولات چوبی است که طی آن طرح‌ها و نقوش سنتی با استفاده از مغار، تیشه، اره و سایر ابزار نجاری بر روی چوب‌های مرغوب و با دوام شکل می‌پذیرند.

۱۶. **حصیربافی:** منظور از حصیربافی که ضمناً بامبوفایی، مرواربافی، ترکه‌بافی، سبدبافی و چیغ‌بافی را نیز شامل می‌شود، همان بافت رشته‌های حاصله از الیاف سلولزی (گیاهی) به کمک دست و ابزار ساده دستی است که طی آن محصولات مختلفی نظیر حصیر زیرانداز، سفره حصیری، انواع سید، انواع ظروف و... تولید و عرضه می‌شود. در مورد چیغ‌بافی ذکر این نکته ضروری است که افزون بر الیاف گیاهی، ضمن بافت از نخ پشمی رنگ شده نیز برای ایجاد نقوش و طرح‌های سنتی در آن استفاده می‌شود.

۱۷. **خاتم‌سازی:** روشی از تولید فرآورده‌های چوبی است که طی آن با استفاده از روکش حاصله از به هم چسباندن قطعات کوچک فلزات، استخوان و انواع چوب در اشکال و طرح‌های سنتی (به طور عمده به صورت هندسی) و به کمک ابزار و وسایل مختلف فرآورده‌هایی نظیر انواع قاب عکس، شکلات‌خوری، جاسیگاری، میز، صندلی و... ساخته می‌شود.
۱۸. **معرق‌کاری:** ترسیم طرح‌ها و نقش‌های سنتی بر روی زمینه چوبی، سرامیک، سنگ و خالی کردن داخل خطوط طرح‌ها و پر کردن فضای خالی شده به وسیله قطعات آماده شده چوبی، سرامیک، فلزی، صدفی، سنگی و... را معرق‌کاری می‌گویند.
۱۹. **کاشی‌گری:** هنری است پرسابقه که طی آن انواع کاشی‌ها با استفاده از طرح‌ها و نقش‌های سنتی برای استفاده در بناهای مذهبی و تاریخی از طریق قالب‌گیری گل رس، پختن آن در کوره و لعاب‌زنی، نقاشی و پخت مجدد در کوره ساخته و پرداخته می‌شوند.
۲۰. **ملیله‌کاری:** منظور ساخت اشیای مختلف نظیر سرویس چای‌خوری، تنگ و همچنین برخی از زینت‌آلات با استفاده از مفتول‌های نقره، طلا و مس به کمک ابزار و وسایل ساده فلز کاری نظیر حدیده، انبر، قیچی، کورهی مخصوص و... است.
۲۱. **میناکاری:** در این‌جا مراد، ساخت بدنه فلزی، لعاب‌کاری، پخت، نقاشی و پخت مجدد اشیاء در کوره است که تمامی این مراحل به کمک ابزار و وسایل ساده، و استفاده از طرح‌های اصیل و سنتی در مرحله نقاشی انجام می‌پذیرد.
۲۲. **ساخت اشیای مستظرفه هنری:** در اینجا منظور ساخت اشیاء و وسایل ظریفی است که در آنها عامل هنر به مراتب بیش از فنون تولیدی دخالت دارد و شامل نگارگری، نقاشی روی صدف، نقاشی روی چرم، لاکی روغنی و تذهیب می‌شود.
۲۳. **ساخت زینت‌آلات:** در اینجا مراد ساخت و تولید انواع جواهرات محلی و همچنین انواع زیورآلات و دیگر زینت‌آلات با استفاده از طلا، نقره و انواع آلیاژها است.
۲۴. **ساخت سایر فرآورده‌های دستی:** منظور ساخت سایر محصولات دستی نظیر فیروزه‌نشانی (فیروزه‌کوبی)، طلاکوبی روی فولاد، انواع عروسک‌های محلی، تخت‌کشی گیوه (آجیده ولته‌ای) و... است که با ابزار و وسایل دستی با استفاده از طرح‌های سنتی ساخته و پرداخته می‌شود.
- همان‌طور که در گروه‌بندی‌های مطرح شده ملاحظه می‌شود، در این موارد، تمرکز اساسی بر روی مواد اولیه یا روش ساخت بوده است. این در حالی است که موضوع طرح ایجاب می‌کند تا سایر معیارها نیز مد نظر قرار گیرند. بدین ترتیب، در جدول ۱-۱، معیارهای چهارگانه تعیین شده در طرح ارایه می‌شود.

جدول ۱-۱ ملاک‌های انتخاب حوزه‌های اصلی و شاخص در حوزه هنرهای صناعی

۱	تنوع مواد و مصالح بوم‌آورد
۲	میزان قدمت و پیشینه آن
۳	ظرفیت بالفعل کسب و کار
۴	گسترده‌گی جغرافیایی

همان‌طور که در جدول ۱-۱ مشاهده می‌شود، به منظور کسب هدف طرح، مجموعه‌ای از عوامل تولیدی، تاریخی و بازرگانی در انتخاب گروه‌ها نقش داشته است. در این بخش، با توجه به ملاک و معیارهای شناسایی شده در جدول ۱-۱، حوزه‌های اصلی و شاخص در گروه صنایع دستی به شرح جدول ۱-۲ مشخص می‌شود. لازم به ذکر است که این گروه‌ها در بررسی مقدماتی به عنوان گروه‌های اصلی تعیین شده‌اند و در بررسی‌های تکمیلی و مصاحبه‌های آتی با اعضای پانل، به طور مستمر گروه‌بندی صورت پذیرفته مورد توجه قرار می‌گیرد.

جدول ۱-۲ حوزه‌های اصلی و شاخص در حوزه هنرهای صناعی

<p>۱. آثار چرمی:</p> <p>جلدسازی، سراجی سستی، معرق چرم، سوخت روی چرم، نقاشی روی چرم، نقش‌اندازی ضربی روی چرم، زین‌سازی</p> <p>۲. آثار فلزی:</p> <p>ساخت آثار فلزی: الف. چکش‌کاری (دوات‌گری، ورقه‌کاری (خم‌کاری) ب. ریخته‌گری ج. سازوبست (پراق‌آلات، قفل-سازی و مليله‌سازی)</p> <p>تزیین آثار فلزی: الف. قلم‌زنی، مشبک، حکاکی و کوفت‌گری (مفتول‌کوبی و ورق‌کوبی) ب. آثار تلفیقی: ضریح‌سازی، زیورسازی، علامت‌سازی و اسلحه‌سازی</p> <p>مینا: الف. مینای خانه‌بندی: حجره‌ای، حفره‌ای و پنجره‌بندی ب- نقاشی مینا، مینای مرصع</p> <p>۳. آثار سفالی:</p> <p>ساخت سفال: الف. سفال‌گری با دست، ب. سفال‌گری با چرخ، ج. سفال‌گری با قالب، د. سفال تلفیقی</p> <p>تزیین سفال: الف. تزیین روی بدنه خام (نقش‌کنده، نقش‌افزوده، نقش‌بریده، نقش‌فشرده) ب. تزیین روی بدنه پخته x لعاب‌دار (زیررنگی، رورنگی، هفت‌رنگ، لعاب یک‌دست) x بدون لعاب خراش</p> <p>۴. آبگینه:</p> <p>الف. ساخت شیشه: شیشه‌گری، شیشه‌گری قالبی، تلفیقی ب. تزیین شیشه: ۱. تزیین حین ساخت: چندپوسته کردن، شیشه رنگارنگ، شیشه و فلز، آبگز کردن ۲. تزیین بعد از ساخت: مات کردن، نقاشی، تراش</p> <p>۵. آثار چوبی:</p> <p>تراش چوب: حجم چوبی، منبت، خراط؛ برش چوب: معرق، خاتم، شبکه‌بری؛ آثار تلفیقی: نازک‌کاری، منبت - معرق، معرق - مشبک، معرق - خاتم. اتصال فاق و زبانه (برش و بست): ارسی‌سازی، گره چینی، قواره‌بری</p> <p>۶. آثار سنگی:</p> <p>تراش: جواهرتراشی، نقش برجسته، خراطی. برش: شبکه‌بری: معرق، خراش: خراش سطحی (خطوط محیطی طرح)، خراش عمقی (زمینه). روش‌های تلفیقی</p> <p>۷. رودوزی‌های سستی:</p> <p>نخ‌کشی و رودوزی: چشمه‌دوزی، سکه‌دوزی. رودوزی: رودوزی طبق بافت پارچه: سوزن‌دوزی بلوچ، دراویشی‌دوزی و تفرشی‌دوزی. رودوزی روی طرح چاپ شده: پته‌دوزی. رودوزی طبق الگو یا نقشه: نقش‌دوزی، زرتشتی‌دوزی، بخارا</p>
--



دوزی، خامه‌دوزی و رشتی‌دوزی. آرایه دوزی: آرایه‌های فلزی: پولک‌دوزی، ملیله‌دوزی، گلابتون‌دوزی، خوس‌دوزی، سکه‌دوزی، زغره‌دوزی، نقده‌دوزی و ده-یک‌دوزی. آرایه‌های مواد مصنوعی: منجوق‌دوزی. آرایه‌های شیشه‌ای: آینه‌دوزی. آرایه‌های نخی و پارچه‌ای: قیطان‌دوزی و آجیده‌دوزی ترکیبی: پیله‌دوزی

#### ۸. چاپ‌های سنتی:

چاپ روی پارچه: مستقیم (قلمکار). غیرمستقیم: چاپ برداشت، مقاوم (کلاقه‌ای (مهری و بدون مهر (آزاد)، تا و گره خورد (پیچان)، چاپ روی کاغذ (چاپ سنگی و چاپ فلزی)

#### ۹. جلدسازی و صحافی:

جلدسازی (جلد سوخت معرق، جلد ضربی و جلد لاک‌ی روغنی)، صحافی

#### ۱۰. آثار کاغذی:

کاغذسازی، کاغذبری و حجم‌های کاغذی (پاپیه ماشه)

#### ۱۱. رنگرزی سنتی:

حمام سرد (کاغذ و الیاف گیاهی)، حمام گرم (الیاف حیوانی و پارچه)

#### ۱۲. دست‌بافته‌های سنتی:

دست بافته‌های داری: الف. تاروپود و گره (قالی‌بافی و گلیم‌بافی)، ب. تار و پودی (پودگذاری ساده (گلیم دورو) و پودیچی (ورنی)، ج. تلفیقی (گلیم برجسته). دست‌بافته‌های دستگاهی (نساجی سنتی): الف. ساده: کرباس، شمد، شال، احرامی، دارایی، جاجیم، زیلو، عبا، شعر، حوله، برک، چادرشب، شک و موج، ب. پیچیده: ترمه، زری و مخمل، ج. تلفیقی: مخمل زری

در ادامه، به منظور آشنایی بیشتر با صنایع دستی، گذری بر مقالات و کتاب‌های مهم در این حوزه صورت می‌گیرد. در این بخش، مبحث اصلی مطرح شده در هر مورد به طور خلاصه تشریح می‌شود.

### ۱-۵ کتاب‌شناسی حوزه صنایع دستی

به منظور آشنایی بیشتر با مجموعه کتاب‌های تدوین شده در زمینه صنایع دستی، به برخی از این موارد اشاره می‌شود. لازم به ذکر است، ترتیب مذکور بر اساس سال نگارش آرایه شده است.

جدول ۱-۳ مجموعه کتاب‌ها در حوزه صنایع دستی

نویسنده (سال)	کتاب	انتشارات	موارد اشاره شده
یاوری، حسین (۱۳۹۰)	شناخت صنایع دستی	نشر مهکامه	تعاریف، ویژگی‌ها و طبقه‌بندی صنایع دستی ایران، نگاهی به پیشینه صنایع دستی ایران، ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و هنری صنایع دستی ایران، اثرات متقابل صنایع دستی و گردشگری، تشکیلات بین‌المللی صنایع دستی، تعاملات صنایع دستی با مقوله‌های فرهنگی، هنری و اجتماعی، زیراندازهای سنتی ایران، نساجی سنتی، هنرهای مرتبط با چوب، فلز، سفال و سرامیک، شیشه، و طراحی سنتی و نگارگری

نویسنده (سال)	کتاب	انتشارات	موارد اشاره شده
یاوری، حسین (۱۳۹۱)	آشنایی با هنرهای سنتی (۳)	انتشارات آذر و نشر سیمای دانش	آشنایی با رودوزی‌های سنتی ایران، تاریخچه رودوزی ایرانی، تاریخچه رودوزی‌ها در جهان، مواد و مصالح رودوزی‌های ایرانی، طرح و رنگ در دوخت‌ها و بافته‌های سنتی ایران، انواع رودوزی‌های ایرانی، آشنایی با چاپ-های سنتی ایران، آشنایی مختصر با تزیینات معماری ایران، آشنایی با برخی از هنرهای سنتی فراموش شده ایران
احمدی، سهیلا؛ سیف، هادی (۱۳۹۰)	محراب گچ‌بری نفیس مسجد اولجایتو در جامع عتیق اصفهان	نشر کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان	آشنایی با تحولی سرنوشت ساز در گسترش و رواج محراب‌های گچ‌بری شده در مساجد ایران در آغاز سده هشتم قمری، به همراه تصاویری رنگی در ذکر شیوه‌های معماری محراب گچ‌بری شده مسجد یاد شده و معرفی سازنده آن
فقیری‌زاده، فاطمه (۱۳۸۸)	آموزش هنر گلیم‌بافی	نشر بازتاب	راهنمایی و آموزش خوانندگان هنر گلیم‌بافی
صدری، بهنام (۱۳۸۸)	مجموعه مقالات همایش ملی صنایع دستی و ارتباط آن با صنعت توریسم	نشر اصفهان	ارایه مطالبی در زمینه گردشگری و صنایع دستی، پژوهشی پیرامون هنر خاتم‌کاری در ایران، صنایع دستی هنری مناسب برای جهانگردی و نقش مهر اصالت یونسکو در صنایع دستی ایران
سیداخلای، پریسا (۱۳۸۸)	دانشنامه کوچک صنایع دستی ایران	نشر قصیده	طرح پیشنهادی صنایع دستی ایران و ارایه توضیحاتی درباره پارچه‌بافی، تذهیب، ترمه‌بافی، حصیربافی، حکاکی، ده- یک‌دوزی و قلم‌زنی
خیاط، حامد (۱۳۸۷)	سروا، نگاهی به صنایع دستی	نشر سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران	معرفی اجمالی برخی از صنایع دستی ایران از جمله قالی‌بافی، گلیم‌بافی، قلم‌کاری، شیشه‌گری، سفالگری و صنایع دیگر و به عنوان مآخذ قابل استفاده برای افرادی که بخواهند با انواع صنایع دستی آشنا شوند
رحمانی، اشکان؛ الحمدی، زهرا (۱۳۸۷)	نقش دست: گذری بر صنایع دستی استان فارس	نشر سازمان میراث فرهنگی و گردشگری فارس	معرفی رشته‌های فعال، نیمه‌فعال و منسوخ‌شده صنایع دستی استان فارس
آقامیری، امیرحوشنگ؛ رضاپور، سونیا (۱۳۸۷)	آرایه‌ها و نقوش اسلیمی در هنر تذهیب و طراحی فرش	نشر یساولی	طرح مفاهیم و معانی نقوش چرخان و پیچان تذهیب (اسلیمی‌های گوناگون و خطایی‌ها) و معرفی طراحان و معماران قرن بیستم

نویسنده (سال)	کتاب	انتشارات	موارد اشاره شده
مردانه، سولماز (۱۳۸۷)	هنرهای سنتی فراموش شده اردبیل (چینی بندزنی و مسگری)	نشر محقق اردبیلی	- معرفی چینی بندزنی (ابزار و وسایل کار، شیوه و روش کار، بندکشی و بندزنی، و مرمت اشیای سفالی و چینی) - معرفی مسگری (مواد اولیه و ابزار کار، روش و مراحل ساخت، ورشوسازی و فرآیند کار آن، قلع کاری و فرآیند کار)
رحمانیان، عبدالحمید (۱۳۸۶)	ره آورد غربت: صنایع دستی در اسارت	نشر امید آزادگان	معرفی صنایع دستی و چگونگی تهیه آنها در زندان‌های مخوف رژیم بعث عراق مانند تسبیح (ساخته شده از هسته خرما، گل، سنگ، فلز، چوب، پلاستیک و حتی نوک خود کار)، تابلوهای گل دوزی، پولک دوزی و منجوق دوزی با سوزنی تهیه شده از سیم خاردار و نخ‌های تاروپود حوله و پتو، کیف، گیوه، آلبوم و سنگ‌سای؛ به همراه خاطرات اسرا
نورماه، فروهر؛ یاوری، حسین (۱۳۸۶)	نگرشی بر تحولات صنایع دستی در جهان	نشر سوره مهر	فراهم کردن زمینه‌ای جهت سنجش میان فرآورده‌های صنایع دستی ایران و سایر کشورها
مهربان، احمد؛ تیموری، شهرزاد (۱۳۸۶)	صنایع دستی گیاهی سیستان و بلوچستان	نشر تفتان	- بررسی دلایل استفاده از رنگ‌های شیمیایی در منطقه سیستان و بلوچستان - دلایل کاهش شدید کاربرد رنگ‌های طبیعی در منطقه سیستان و بلوچستان نسبت به گذشته - بررسی اثر استفاده از رنگ‌های شیمیایی بر محصولات مربوطه - بررسی اثر عدم کاربرد رنگ‌های طبیعی بر حرفه‌های مربوط به صنعت
دفتر سازمان‌های بین‌المللی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (۱۳۸۵)	مجموعه مقالات کنگره بین‌المللی هنرهای اسلامی و صنایع دستی	نشر بین‌المللی الهدی	شامل مقالاتی در زمینه معماری اسلامی، هنر خوشنویسی، نقاشی و مینیاتورهای اسلامی، بافته‌ها، گل دوزی، لباس‌های سنتی، سفالگری، کاشی‌گری اسلامی، زیورآلات و موارد دیگر است که در کنگره اصفهان عرضه شده است
مترجم: ابراهیم- زاده، سیروس (۱۳۸۵)	صنایع دستی کهن ایران	نشر علمی و فرهنگی	شناخت تاریخی صنایع دستی
موسوی، لیلا سادات؛ دایی زاده، شمس (۱۳۸۵)	صنایع دستی استان مرکزی	نشر زرین و سیمین	بیان جغرافیای طبیعی استان مرکزی و تعاریف و کلیات صنایع دستی، معرفی رشته‌های صنایع دستی استان مرکزی از قبیل فرش، رنگریزی، طراحی و نقشه‌کشی، ساخت سازهای سنتی، تراش سنگ‌های قیمتی، تذهیب، رودوزی‌های سنتی، مشبک چوب و بسیاری از صنایع دیگر، و در نهایت خلاصه‌ای از عملکرد مدیریت صنایع دستی استان مرکزی در فاصله سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳

نویسنده (سال)	کتاب	انتشارات	موارد اشاره شده
یاوری، حسین (۱۳۸۴)	کارشناسی آثار صنایع دستی	نشر ایران‌شناسی	ارایه اطلاعاتی درباره ارزیابی و کارشناسی فرش، پارچه‌های دست‌باف، محصولات سفال و سرامیک، محصولات شیشه‌ای دست‌ساز، آثار چوبی، مینیاتور
شهریاری، ایاز (۱۳۸۴)	آموزش مثبت‌کاری به روش سنتی و نوین	نشر ارمغان دبیران	آموزش مثبت‌کاری بر اساس دو روش سنتی و نوین
معزز، ناهید؛ مقبل، مسعود (۱۳۸۴)	هویه‌کاری (مشبک‌سازی روی پارچه)	نشر بصائر	آموزش آخرین تکنیک‌های هویه‌کاری مدرن و پیشرفته شامل مثبت‌کاری، اپلیکه آزاد، پنبه‌دوزی و ...
اسکندر پور خرمی، پرویز (۱۳۸۳)	اسلیمی و نشانه‌ها: قالی، کاشی، تذهیب	نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	طرح انواع اسلیمی (طرح سر اسلیمی، چنگ و گره، ترکیب اسلیمی و ساقه) و نشان‌ها (لچک نشان یا کتیبه نشان، بته جقه نشان، دل نشان، ابرک نشان یا اسلیمی ماری، گوشواره نشان و متفرقه‌ها، گره‌سازی و شرفه) و در نهایت طرح‌هایی با عنوان تکوین نقوش
غزنی، سرفراز (۱۳۸۳)	کارهای مدرن و کلاسیک گل و بوته در گچ‌کاری، سنگ‌تراشی، مثبت‌کاری و مبل‌سازی و ریخته‌گری	نشر روزبهان	کارهای صنایع دستی مدرن و کلاسیک گل و بوته در حوزه های گچ‌کاری، سنگ‌تراشی، مثبت‌کاری، مبل‌سازی و ریخته‌گری
مترجم: شایسته-فر، مهناز (۱۳۸۳)	سفال‌گری اسلامی	نشر موسسه مطالعات هنر اسلامی	تحلیل و بررسی تحول سفال‌گری اسلامی با تصویرگری ۴۸ نمونه از سفال‌های اسلامی در محدوده جغرافیایی اسپانیا تا ایران در سده‌های نهم تا هجدهم میلادی، تحول سفال‌گری اسلامی
قاسمی، ندا (۱۳۸۲)	مسگری تزینی	نشر اسرار دانش	آموزش جدیدترین و متنوع‌ترین تابلوهای مس و برنج در اندازه ها و طرح‌های مختلف

به طور کلی، عمده کتاب‌های نوشته شده در حوزه صنایع دستی، که بخشی از آنها در جدول ۱-۳ ارایه شد، در زمینه پیشینه و ویژگی‌ها، و به خصوص معرفی شیوه و روش تولید است. در این میان، جایگاه بررسی کسب و کار صنایع دستی و عوامل مؤثر در آن به روشنی احساس می‌شود.

## جمع‌بندی فصل اول

در فصل اول، در ابتدا تلاش شده است تعریف مشخصی از هنرهای مرتبط با صنایع دستی و هنرهای صناعی ارایه شود. با این خلاصه که از میان تعاریفی که تاکنون از صنایع دستی (هنرهای صناعی) ارایه شده است، سه تعریف را می‌توان معتبر دانست. در تعریف اول، صنایع دستی به آن رشته از صنایع اطلاق می‌شود که تمام یا قسمتی از مراحل ساخت فرآورده‌های آن با دست انجام می‌شود و در چارچوب فرهنگ و بینش‌های فلسفی، ذوق و هنر انسان‌های هر منطقه با توجه به میراث‌های قومی آنان ساخته و پرداخته می‌شود (شورای صنایع دستی ایران، ۱۳۴۸). در تعریف دوم، صنایع دستی به مجموعه‌ای از "هنر-صنعت"‌ها اطلاق می‌شود که به طور عمده با استفاده از مواد اولیه بومی و انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید به کمک دست و ابزار دستی موجب تهیه و ساخت محصولاتی می‌شود که در هر واحد آن ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر سازنده به نحوی تجلی می‌یابد و همین عامل وجه تمایز اصلی این گونه محصولات از مصنوعات مشابه ماشینی و کارخانه‌ای است (سازمان صنایع دستی، ۱۳۶۲). به علاوه، در تعریف دیگری، گروه هنرهای سنتی فرهنگستان هنر، واژه "هنرهای صناعی" را گویاتر و کامل‌تر از عنوان "صنایع دستی" در نظر می‌گیرد. از دیدگاه این گروه، هنرهای سنتی با منشأ گرفتن از مبدأ واحد، محمل سیر و سلوکی فردی است که از طریق دریافت شهودی بر مبنای آدابی معنوی و به شیوه استاد و شاگردی انتقال می‌یابد و صورتی از تجلیات گوناگون زیبایی حقیقی را متناسب با شرایط زمانی و مکانی در اثر هنری متعین می‌سازد. در واقع، هنرهای صناعی به عنوان زیرمجموعه مهمی از هنرهای سنتی، با بهره‌گیری از فنون و مهارت‌های متناسب و با قابلیت تکثیر غیرماشینی در متن زندگی فردی و جمعی عرضه می‌شود.

در ادامه فصل تلاش شده است به معرفی کتاب‌های مطرح شده در این حوزه اشاره و چکیده‌ای از محتوای کتاب مورد نظر نیز مطرح شود. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، منبع در خور توجهی در این حوزه با رویکردی اقتصادی صورت پذیرفته است. این امر، ضرورت پرداختن به این مباحث را بیش از پیش آشکار می‌کند.

یکی از بررسی‌های این فصل پاسخ به سوال نخست طرح مبنی بر تعیین حوزه‌های اصلی و شاخص هنرهای صناعی بوده است که بدین منظور در ابتدا تعریف منسجمی برای هنرهای صناعی ارایه شده و شاخص‌هایی نیز جهت تعیین گروه‌های اصلی مورد نظر مشخص شده است تا بر اساس آنها حوزه‌های اصلی معرفی شود.

لازم به ذکر است، بخشی از چالش‌های انتخاب حوزه‌های اصلی و شاخص هنرهای صناعی، به اختلاف‌نظرها در تعاریف فرم و محتوای محصولات هنرهای سنتی اشاره دارد. به عبارتی، بسیاری از رشته‌ها در جامعه هنری قدیم به دلیل انسجام و پیوستگی هنر و صنعت در هم ممزوج و یکپارچه بوده‌اند و این نگاه تفکیک شده و مجزا به حوزه صنعتی محصول و یا جنبه هنری آن وجود نداشته است. ولی در عصر حاضر با توجه به تقسیم‌بندی بر اساس نوع کاربرد و صنعت مورد نظر می‌توان تا حدودی این حوزه‌ها را تعریف و تبیین کرد. اما متأسفانه هنوز پژوهش‌های در خور توجهی در این خصوص صورت نگرفته است. هم‌چنین به جز اختلاف در برخی رشته‌ها در گروه‌بندی‌های موجود، دسته‌بندی خاصی نیز وجود نداشته است که این

پژوهش بر اساس آنها بتواند گروه‌بندی شاخص خود را متقن بداند. بدین ترتیب، نیاز به تدوین شاخص‌های مناسب جهت گروه‌بندی جامع و مانع صنایع دستی احساس می‌شود.



## فصل دوم

## مقدمه

معمولاً صنایع دستی را به هنر-صنعت یا هنر کاربردی<sup>۱</sup> در برابر هنر محض<sup>۲</sup> تعبیر می‌کنند. به عبارت دیگر، صنایع دستی به عنوان حلقه مشترک هنر و صنعت مشاهده می‌شود. این مورد لزوم توجه به مباحث بازرگانی و اقتصادی در حوزه هنرهای دستی را آشکار می‌سازد. به طور کلی، نگاه صرفاً هنری و عدم توجه به نیازها و سلیقه‌های مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی، و توجه صرف به جنبه‌های هنرشناختی و عدم در نظر گرفتن روند تکاملی این هنرها در عرصه تجاری و بازرگانی، باعث شکستن این حلقه مشترک و انتقال این چنین کارهای هنری به گروه هنرهای محض می‌شود. این در حالی است که بخش صنعت به اندازه بخش هنری این گروه کالاها باید مورد توجه قرار گیرد تا حیات آنها تضمین شود. ورود کالاهای مربوط به گروه صنایع دستی به زندگی شهری و سازمانی از اهداف اساسی بازرگانی در این حوزه است. به طور مثال، هنر سوزن‌دوزی بلوچ در دوره‌های گذشته تنها بر روی لباس‌های محلی زنان مورد استفاده قرار می‌گرفت. در حالی که در زمان حاضر، این هنر با حفظ اصالت طرح‌ها و رنگ‌بندی در مصارف شهری و در حوزه‌های گوناگون کاربردی به کار می‌رود. این دیدگاه، نشان‌دهنده نگاه بازرگانی و صنعتی به این حوزه‌هاست و به اهمیت هنر کاربردی در روند تحولات اجتماعی و اقتصادی اشاره دارد.

به عبارت دیگر، هنر محض تنها به قشر خاصی از جامعه تعلق دارد، ولیکن هنرهای کاربردی، از جمله هنرهای صناعی، به طیف عظیمی از مصرف‌کنندگان با سلیق و نیازهای متفاوت توجه می‌کنند. به طوری که می‌توان چنین مطرح کرد که صنایع دستی نقش عظیمی در ارتقای سطح اشتغال، ازدیاد درآمد سرانه، تولید ملی، توسعه صادرات، توسعه گردشگری و مبادلات فرهنگی و سایر بخش‌های اقتصادی و بازرگانی ایفا می‌کند. این امر، لزوم توجه به فضای کسب و کار در این حوزه را آشکار می‌سازد.

دست‌و‌پا<sup>۳</sup> (۲۰۰۰) بر این عقیده است که با رفع موانع کسب و کار و تسهیل فرآیندهای منتج به سرمایه مولد می‌توان بستری برای بهبود فضای کسب و کار فراهم ساخت. بر اساس گزارش بانک جهانی (۲۰۱۴)<sup>۴</sup> در زمینه رتبه‌بندی کشورها بر اساس شاخص‌های بهبود فضای کسب و کار، ایران با رتبه ۱۵۲ در میان ۱۸۹ کشور، نسبت به سال گذشته ۷ پله تنزل داشته است. این در حالی است که در رتبه کسب و کار بیشتر کشورهای جهان، صعود قابل ملاحظه‌ای مشاهده می‌شود که حاکی از اقدامات گسترده آنها در تمامی بخش‌ها و بهبود شرایط و تسهیل کسب و کار در این کشورهاست. شاخص‌های مورد بررسی در این گزارش و رتبه ایران در هر یک از این شاخص‌ها بدین ترتیب هستند: ۱. شروع کسب و کار (رتبه ۱۰۷)، ۲. اخذ مجوزها (رتبه ۱۶۹)، ۳. دریافت تسهیلات برق (رتبه ۱۶۹)، ۴. ثبت مالکیت (رتبه ۱۶۸)، ۵. اخذ اعتبار (رتبه ۸۶)، ۶. حمایت از سرمایه‌گذاران (رتبه ۱۴۷)، ۷. پرداخت مالیات (رتبه ۱۳۹)، ۸. تجارت فرامرزی (رتبه ۱۵۳)، ۹. الزام‌آور بودن قراردادهای (رتبه

۱. Applied Art

۲. Pure Art

۳. de Soto

۴. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به آدرس <http://www.doingbusiness.org/rankings> مراجعه شود.



(۵۱)، و ۱۰. حل مشکل ناتوانی در پرداخت دیون و ورشکستگی شرکت (رتبه ۱۲۹). همانطور که در این شاخص‌ها ملاحظه می‌شود، چالش‌های موجود در بخش صنایع دستی نیز تا حد زیادی به عدم وجود شرایط مساعد کسب و کار وابسته است. به طوری که فعالان و هنروران این حوزه از عدم حمایت سرمایه‌گذاران، مشکلات در تأمین مالی و طولانی بودن فرآیند ثبت و درخواست مجوز شکایت می‌کنند.

## ۱-۲ چالش‌های وضعیت موجود صنایع دستی

به منظور شناسایی وضعیت موجود حوزه هنرهای صناعی، یعنی جمع‌آوری و دسته‌بندی چالش‌های پیش رو، در این پژوهش از منابعی شامل منابع کتابخانه‌ای (کتاب، مقاله، سایت‌های معتبر، پایان‌نامه و پژوهش‌های مرتبط)، پرسشنامه، هم‌اندیشی در قالب نشست تخصصی و مصاحبه استفاده می‌شود. در این پژوهش با وجود بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای تلاش بر آن است تا با توجه به اهداف عملگرایانه طرح، تأکید و توجه بیشتری بر استفاده از داده‌های میدانی معطوف شود.

بدین منظور در ابتدای این بخش، چالش‌های مطرح‌شده در مقالات، طرح‌ها و گزارش‌های مطبوعاتی ارایه می‌شود و آنگاه نتایج حاصل با مطالب عنوان شده از سوی صاحب‌نظران در نشست تخصصی و داده‌های حاصل از بررسی میدانی از هنرمندان و صنعتگران ادغام می‌شود. در نهایت، داده‌های حاصل از هر یکی از منابع چهارگانه، مورد مقایسه و تحلیل قرار می‌گیرد.

## ۱-۱-۲ چالش‌های مطرح شده در مقالات و طرح‌ها

به طور کلی، همان‌طور که در بخش کتاب‌شناسی در فصل ۱ ذکر شد، کتاب‌های موجود در این حوزه محدود، و بیشتر متمرکز بر معرفی رشته‌های و فنون اجرایی آنهاست. به طوری که می‌توان اذعان کرد که در حوزه اقتصادی و بازرگانی صنایع دستی مطالعات گسترده‌ای صورت پذیرفته است. حتی مقالات و طرح‌های موجود در حوزه بازرگانی و اقتصادی صنایع دستی نیز محدود است. در این بخش تلاش شده است منابع مذکور گردآوری شوند و مورد بحث قرار گیرند. جدول ۱-۲، چالش‌های مطرح شده از سوی صاحب‌نظران در مقاله‌ها و طرح‌ها را به طور خلاصه شرح می‌دهد. لازم به ذکر است، انتخاب مقاله‌ها در این بخش از طرح، با کلیدواژه‌های "صنایع دستی" و "هنرهای صناعی" صورت پذیرفته است. بدیهی است، دامنه انتخاب، تعیین کننده مقالات مورد بررسی است.

جدول ۱-۲ چالش‌های صاحب‌نظران در مقالات و طرح‌ها، و ارایه راهکارها

محقق (محققان)	چالش‌ها	راهکارها و پیشنهادها
مرتضوی (۱۳۹۱)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم حمایت‌های کارشناسانه</li> <li>- تکثر هویتی عامل ایجاد چالش</li> <li>- عدم توجه به شرایط اقلیمی</li> <li>- فراموشی هنرهای بومی و سنتی</li> <li>- عدم حمایت از بومی‌سازی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بومی‌سازی مطالعات باستان‌شناسی</li> <li>- توجه به هم‌کنشی میان تمدن‌ها (انتشارگرایی جدید)</li> <li>- شناخت استعدادهای بومی</li> <li>- راه‌اندازی و ایجاد شهرک‌های صنایع دستی</li> <li>- حمایت از صنعت توریسم بومی</li> </ul>

محقق (محققان)	چالش‌ها	راهکارها و پیشنهادها
۲ جویباری و همکاران (۱۳۹۱)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- رکود بی‌سابقه مسگری (بازارکشان)</li> <li>- افول و فراموشی هنر فلزکاری</li> <li>- عدم حمایت کافی از این حرفه و هنرمندان آن</li> <li>- تغییر نگرش مردم و عدم آگاهی فرهنگی</li> <li>- فقدان آموزش، اطلاع‌رسانی و مدیریت لازم</li> <li>- کاهش تقاضا، و فقدان تبلیغات مؤثر، و بازاریابی داخلی و خارجی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- استفاده از فناوری و دانش روز</li> <li>- ایجاد مراکز تحقیقی و آموزشی تعامل‌گرایانه با موسسات فرهنگی و دانشگاه‌ها</li> <li>- حمایت‌های ویژه از هنرمندان و دست‌اندرکاران حرفه‌های سنتی و مشاغل در حال رکود</li> <li>- تبلیغات مؤثر داخلی و خارجی</li> </ul>
۳ مقنی‌پور (۱۳۹۰)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود تناقض و ناهماهنگی در روش‌های آموزش‌های قدیم و جدید</li> <li>- عدم توانایی انطباق دانش‌آموختگان با اهداف آموزش‌های دریافتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تعیین مجدد اهداف آموزشی (شناختی، نگرشی و مهارتی) و تعریف دقیق آنها با توجه به ویژگی‌ها، قابلیت‌های ظاهری و باطنی هنرهای سنتی</li> <li>- اصلاح برنامه‌های آموزشی</li> <li>- برپایی مصاحبه‌های تخصصی و هدفمند</li> <li>- استفاده از استادان مسلط بر مباحث نظری و عملی</li> <li>- آشنایی دانشجویان با فضای واقعی تولید، عرضه و تقاضا</li> <li>- متناسب و هم‌راستا کردن سرفصل دروس پایه با موضوع و اهداف رشته مورد نظر</li> <li>- بازنگری مستمر و ایجاد رشته‌های جدید</li> <li>- ارزیابی مستمر از فعالیت دانشجویان</li> </ul>
۴ رنگپیان (۱۳۹۰)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ناهنجاری اجتماعی و فرهنگی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه فرهنگی (اهمیت بخشیدن به محوریت هنر و فرهنگ-سازي اجتماعی)</li> <li>- تغییر نگرش به هنر "دیده‌انگیزه" نه "آویزه"</li> <li>- حمایت‌های همه‌جانبه دولتی، ارگان‌ها و سازمان‌های مربوط</li> <li>- ایجاد اصناف و تشکلهای توانمند</li> </ul>
۵ سلیمانی و حلیمی (۱۳۹۰)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تضاد بین نظریه و عمل</li> <li>- عدم توجه به زیبایی‌شناسی طراحی و توسعه محصول</li> <li>- مشکلات دریافت بازار</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- رهیافت طراحی و توسعه زیبایی‌شناسی محصول</li> <li>- رهیافت برخاسته از بازار (مصرفی و کاربردی، قیمت پایین/طول عمر پایین/دفعات خرید بالا، استراتژی فشار</li> <li>- رهیافت جایگزین (استفاده نمادین، قیمت بالا/طول عمر بالا/دفعات خرید محدود، استراتژی کشش</li> </ul>
۶ آزاد (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- فراموشی فرهنگ مولد</li> <li>- مهجور ماندن صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه به کیفیت محصولات صنایع دستی</li> </ul>	---
۷ شایسته‌فر (۱۳۸۶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- سختی و بحرانی بودن شرایط زیست صنعت</li> <li>- قالی‌بافی (مطالعه موردی کردستان)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- حفظ و احیای ارزش‌های هنری نقش‌های اصیل</li> <li>- بالا بردن سطح فرهنگ عمومی نسبت به شناخت بیشتر آثار بومی (قالی‌های کردستان) و متعاقب آن رونق گردشگری</li> </ul>

محقق (محققان)	چالش‌ها	راهکارها و پیشنهادها
۸ مکی‌نژاد، مهدی؛ درخشانی، ترکمانیان، مرضیه (۱۳۸۶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- فراموشی برخی رشته‌های هنرهای صناعی</li> <li>- چاله بحران فن‌آوری و صنعت</li> <li>- درهم فروریختگی نظام طبیعی این هنر</li> <li>- عدم مدیریت‌های شایسته</li> <li>- عدم تبلیغات مؤثر از طریق رسانه‌های صوتی و تصویری</li> <li>- فقدان پژوهش‌های راهبردی</li> <li>- قداست‌بخشی مغرط به هنرهای سنتی</li> <li>- فقدان توجه به تغییر سلیقه نسل جدید</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- واکاوی و تقویت نیازهای زیبایی‌شناسی مخاطب امروز</li> <li>- بهره‌وری حرفه‌ای از متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه با رویکرد اجماع نظر و خرد جمعی</li> <li>- آسیب‌شناسی هنرهای بدلی به مرکز و سمبل هنرمان</li> <li>- ترجیح بخشیدن به ارزش هنری تا عملکرد</li> <li>- تقویت رویکردهای واقع‌گرایانه</li> <li>- بازنگری تاریخ و تقسیم‌بندی به گروه‌های چهارگانه: روستایی، عشایری، شهری و آتلیه‌ای</li> <li>- فراهم آوردن بسترهای نقد و بررسی</li> <li>- تقویت فرهنگ وارثت حرفه‌ای</li> <li>- استفاده از تجربیات کشورهای هند و چین و ایتالیا در این حوزه</li> </ul>
۹ شریف‌زاده (۱۳۸۵)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تقلیل جایگاه هنر در صنایع دستی</li> <li>- بی‌هویتی صورت و معنا در آثار صنایع دستی</li> <li>- تقلید و تکرار (عدم توجه به تفاوت ماهوی صنعت یونانی و صنعت جدید)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه به حکمت‌های هنری (حکمت نظری و حکمت عملی)</li> <li>- توجه بیشتر به جنبه‌های هنری صنایع دستی</li> <li>- درک درست از زیبایی‌شناسی ایرانی-اسلامی</li> </ul>

همان‌طور که در جدول ۲-۱ ملاحظه می‌شود، چالش‌های مطرح شده در مقالات و طرح‌ها، بیشتر حول مباحث فرهنگی و هنری این صنعت متمرکز است. در واقع، مباحث اقتصادی و بازرگانی این حوزه، کمتر مورد توجه نویسندگان و محققان حوزه هنری قرار گرفته است. در ادامه، بر اساس شباهت میان مؤلفه‌ها، گروه‌بندی مؤلفه‌های مطرح شده به شرح جدول ۲-۲ صورت می‌پذیرد. لازم به ذکر است، در طرح حاضر، مقالات و طرح‌ها بر حسب کلید واژه‌های "هنرهای صناعی" و "صنایع دستی" انتخاب شده‌اند.

جدول ۲-۲ گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده در مقالات

گروه عوامل	مؤلفه‌های مطرح شده
۱ تولید	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به زیبایی‌شناسی طراحی و توسعه محصول</li> <li>- قداست‌بخشی مغرط به هنرهای سنتی و فقدان توجه به تغییر سلیقه نسل جدید</li> <li>- عدم توجه به شیوه‌های جدید تولید و استفاده از امکانات فن‌آوری جدید (مولاز و چاپگرهای سه‌بعدی)</li> </ul>
۲ محصول	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به کیفیت محصولات صنایع دستی</li> </ul>
۳ اطلاع‌رسانی و آموزش	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود تناقض و ناهماهنگی در روش‌های آموزش‌های قدیم و جدید</li> <li>- عدم توانایی انطباق دانش‌آموختگان با اهداف آموزش‌های دریافتی</li> <li>- فقدان پژوهش‌های راهبردی و اطلاع‌رسانی در این حوزه</li> <li>- فقدان آموزش‌ها و اطلاع‌رسانی‌های لازم</li> </ul>

گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۴	حمایت و پشتیبانی دولتی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم حمایت‌های کارشناسانه از حرفه صنایع دستی</li> <li>- عدم حمایت کافی از هنرمندان فعال در این حوزه</li> <li>- عدم حمایت از بومی‌سازی</li> <li>- عدم توجه به شرایط بحرانی برخی رشته‌های صنایع دستی</li> </ul>
۵	فرهنگ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تقلیل جایگاه هنر در صنایع دستی</li> <li>- بی‌هویتی صورت و معنا در آثار صنایع دستی</li> <li>- تکثر هویتی در مخاطبان جامعه امروز (اختلاط سنت و مدرنیته)</li> <li>- فراموشی برخی هنرهای بومی و سنتی</li> <li>- درهم‌فرورختگی نظام طبیعی این هنر</li> <li>- عدم آگاهی فرهنگی</li> <li>- عدم توجه به خودباوری</li> </ul>
۶	هنر - مهارت	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به تفاوت ماهوی صنعت یونانی و صنعت جدید</li> <li>- تضاد بین تئوری و عمل</li> </ul>
۷	تبلیغات و بازاریابی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- فقدان تبلیغات مؤثر از طریق رسانه‌های صوتی و تصویری</li> <li>- فقدان توجه به بازاریابی داخلی و خارجی</li> <li>- مشکلات رهیافت بازار</li> </ul>
۸	تأمین مالی و سرمایه	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم استفاده از امکانات بالقوه بومی هر رشته هنر-صنعت</li> </ul>
۹	شرایط اقتصادی (داخلی و خارجی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کاهش تقاضا برای محصولات صنایع دستی ایران</li> </ul>
۱۰	مدیریت	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم مدیریت‌های شایسته</li> </ul>

همان‌گونه که در جدول بررسی عوامل مقالات و طرح‌های پژوهشی مشخص شده است، می‌توان ده چالش را در نظر گرفت که به نوبه خود عواملی مؤثر در روند توسعه کسب و کار این حوزه به شمار می‌روند. عواملی همچون تولید، محصول، اطلاع‌رسانی و آموزش، حمایت و پشتیبانی دولتی، فرهنگ، هنر-مهارت، تبلیغات و بازاریابی، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری، و عواملی دیگر همچون شرایط اقتصادی (داخلی و خارجی) و مدیریت که هر کدام بر دیگری به نسبتی کم یا بیش تأثیرگذار و تأثیرپذیر هستند.

مؤلفه آموزش و اطلاع‌رسانی، بدون شک یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در این بررسی است؛ به طوری که در رویکردهای توسعه‌ای آن باید محتوای سرفصل‌های درسی، رشته‌ها، برنامه‌ها، شیوه‌های تدریس و مدیریت‌های آموزشی این حوزه مورد بازبینی، بازنگری و بازنویسی قرار گیرد. چالش‌های مطرح در این زمینه را می‌توان با تعیین مجدد اهداف آموزشی (شناختی، نگرشی و مهارتی) و تعریف دقیق آنها با توجه به ویژگی‌ها، قابلیت‌های ظاهری و باطنی هنرهای سنتی هموارتر کرد. این امر با ایجاد شرایط و بسترهای مناسب دیگری نیز باید صورت پذیرد، همچون جذب استادان مسلط بر مباحث نظری و عملی، آشنا کردن دانشجویان با فضای واقعی تولید، عرضه و تقاضا، و مهم‌تر از آن متناسب و هم‌راستا کردن سرفصل دروس پایه با موضوع

و اهداف رشته مورد نظر، به طوری که بتوان در یک بازنگری مستمر با ایجاد رشته‌های جدید در کنار ارزیابی مستمر از فعالیت‌های دانشجویان، بسترهای توسعه‌ای فرهنگی- اجتماعی را از دریچه آموزش و اطلاع‌رسانی فراهم ساخت.

یکی دیگر از عوامل مؤثر مطرح شده در مقالات و طرح‌های پژوهشی این حوزه، مورد توجه قرار دادن مباحث حکمت‌های هنری (حکمت نظری و حکمت عملی) است. ماهیتی که در غرب به فلسفه هنر تعبیر می‌شود و در شرق به حکمت هنر؛ لذا با گسترش آموزش و پژوهش در مباحث حکمت هنری که در فرهنگ‌های سنتی آمیخته با حکمت عملی است، می‌توان زمینه‌های دستیابی به آثار فاخر و پرورش هنرمندان اصیل را فراهم ساخت؛ به طوری که بسترهای درک درست جامعه از زیبایی‌شناسی اصیل در این حوزه نیز ایجاد خواهد شد. برخی از صاحب‌نظران در مقالات و پژوهش‌های خود، دستیابی به توسعه را با اهمیت بخشی به موارد دیگری همچون بومی‌سازی مطالعات باستان‌شناسی در نظر گرفته‌اند؛ بطوری که با در نظر گرفتن هم‌کنشی میان تمدن‌ها (انتشارگرایی جدید) و شناخت استعدادهای بومی بتوان شهرک‌های صنایع دستی بومی را راه- اندازی و ایجاد کرد تا هم از صنعت گردشگری بومی حمایت شود و هم فرهنگ وراثت حرفه‌ای مورد توجه قرار گیرد.

برخی دیگر، استفاده از فناوری و دانش روز، و ایجاد مراکز تحقیقی و آموزشی تعامل‌گرایانه با موسسات فرهنگی و دانشگاه‌ها را عامل مؤثر بر توسعه دانسته‌اند و بر حمایت‌های ویژه از هنرمندان و دست‌اندرکاران حرفه‌های سنتی و مشاغل در حال رکود تاکید داشته‌اند. گروهی نیز، تبلیغات داخلی و خارجی را در فرهنگ‌سازی مؤثر می‌دانند که این امر، بدون حمایت‌های همه جانبه دولتی، ارگان‌ها و سازمان‌های مربوط به هنر امکان‌پذیر نیست، به طوری که بخشی از این فرهنگ‌سازی به تغییر نگرش از "آویزه" به هنر "دیده‌انگیزه" اختصاص دارد تا از طریق آن رهیافت طراحی و توسعه زیبایی‌شناسی محصول از هنرمند به مخاطب القا شود. از دیگر عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار، ایجاد اصناف و تشکل‌های توانمند در این حوزه است. همواره صاحب- نظران در طرح چالش‌های این حوزه، توجه پژوهشگران را به سیاست‌های اقتصادی مؤلفه‌های بازار جلب کرده‌اند. اینکه آیا رهیافت برخاسته از بازار مورد نظر است (رهیافتی که دارای نگاهی مصرفی و کاربردی به کالا، با قیمت و طول عمر پایین، و دفعات خرید بالا است، به صورت محصولی که همواره به دنبال مصرف‌کننده است)؛ و یا رهیافت جایگزین (با تفکری برخاسته از استفاده نمادین از کالا با قیمت و طول عمر بالا، و دفعات خرید محدود) است که همواره استفاده‌کننده‌اش در پی محصول است؟

## ۲-۱-۲ چالش‌های موجود در صنایع دستی بر اساس گزارش‌های مطبوعاتی

در این بخش، با استناد به گزارش‌های مطبوعاتی در طول سه دهه گذشته، چالش‌های پیش روی صنایع دستی از نگاه مسئولان وقت، صنعتگران، هنرمندان و کارشناسان مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است در مواردی که اطلاعات به دهه‌های قبل مربوط می‌شود، تلاش شده است چالش‌هایی مورد نظر قرار گیرد که در حال حاضر، هنوز هم بخشی از دغدغه مسئولان و دلسوزان صنایع دستی محسوب می‌شود. در ضمن، اطلاعات حاصل از بررسی، به ترتیب زمانی ارائه می‌شود و در نهایت جمع‌بندی کلی از تمامی نظرات ارائه شده صورت می‌گیرد.

بحث موانع موجود بر سر راه صنایع دستی، بحث جدیدی نیست و در طی دهه‌های گذشته به فراخور زمان در برهه‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته است. هر یک از گروه‌های صاحب‌نظر نیز به بخشی از این چالش‌ها اشاره می‌کند. به طور مثال، کیهان نوزاد، کارشناس و فعال بازار (۱۳۹۳)، بر این نظر است که در حال حاضر کیفیت موادی که در تولید صنایع دستی به کار می‌رود، پایین است. او مطرح می‌کند که با عدم نوآوری، کیفیت پایین و بسته‌بندی نازیبا، کاهش فروش دور از انتظار نیست.<sup>۱</sup> اکبر صامتی، استاد قلمزنی در اصفهان (۱۳۹۳)، تغییر سبک زندگی را دلیل خارج شدن برخی از رشته‌های صنایع دستی از گردونه مصرف می‌داند. او معتقد است که صنایع دستی مانند دیگر کالاهای مصرفی باید متناسب با نیاز جامعه امروز تولید شود و توانایی رقابت با نمونه‌های مشابه خود را داشته باشد.<sup>۲</sup>

متأسفانه در سال‌های اخیر، تعاملات اقتصادی با کشور چین یک‌سویه بوده است؛ یعنی اینکه بازار مصرف ایران کاملاً در اختیار کالاهای چینی است، ولی از آن سو، سهم چندانی از بازارهای کشور چین نصیب ایران نشده است. البته اگر در این میان صادراتی هم صورت پذیرفته باشد، اکثراً در زمینه موارد اولیه بخصوص نفت و منابع معدنی بوده است. بنابر نظر نصراللهی، فعال اقتصادی و کارآفرین (۱۳۹۲)، در سال‌های اخیر تلاش‌هایی برای معرفی صنایع دستی ایران در چین صورت گرفته است، ولی متأسفانه این تلاش‌ها نه تنها به بهبود جایگاه این صنایع کمکی نکرده است، بلکه آن را هم‌تراز با محصولات پاکستانی، هندی و حتی چینی کرده است. به طور کلی در بیان علل این عدم موفقیت از دیدگاه این فعال اقتصادی می‌توان به مواردی از قبیل عدم وجود یک استراتژی و برنامه مدون برای صادرات از طرف نهادهای مربوط از قبیل سازمان توسعه تجارت، اتاق بازرگانی ایران و چین، و حتی رایزن فرهنگی اقتصادی سفارت ایران در چین؛ عدم آشنایی تجار ایران با بازار و فرهنگ چین (ضعف جایگاه آموزش در اقتصاد)؛ شرکت تجار ایرانی در نمایشگاه‌های غیرتخصصی و در نتیجه عدم موفقیت در فروش این کالاها یا در نهایت ارزان‌فروشی در مواردی حتی ارزان‌تر از بازار ایران، و عدم حمایت دولت از بخش خصوصی فعال ایرانی در زمینه صنایع دستی در چین اشاره کرد.<sup>۳</sup>

با توجه به گزارش خبری روزنامه کار و کارگر، اکنون نه تنها در بازار خاتم ایران، چین به عنوان رقیب ایران به حساب می‌آید، بلکه سوریه نیز به یکی دیگر از رقبای مبدل شده است. به طوری که بیاتی، شیشه‌گر اصفهانی، بر این عقیده است که علاوه بر خاتم ایران، صنعت شیشه‌گری نیز توسط چینی‌ها کپی شده و وارد بازارهای صنایع دستی ایران شده است. این امر به تعطیلی کارگاه‌های شیشه‌گری و بیکاری صنعت‌گران این رشته منجر شده است. به علاوه، بنابر نظر این صنعت‌گر هنرمند، صنعت پارچه و چاپ سنتی و رودوزی نه تنها در تسخیر کشور چین، پاکستان، هندوستان و افغانستان است، بلکه ایتالیا نیز شروع به تولید این کالاها کرده است و از نظر قیمتی بسیار کمتر از صنایع ایرانی ارزش مالی دارد. به علاوه، اکنون کفش‌های با

۱. روزنامه اطلاعات، مورخ ۱۳۳۹۳/۰۱/۳۰

۲. روزنامه همشهری مورخ ۱۳۹۲/۰۲/۱۶

۳. روزنامه آرمان مورخ ۱۳۹۲/۰۸/۱۴

روکش گلیم دارای آرم تولید شده در پاکستان است و در کنار کفش سنتی ایرانی، هم جایگاه بهتری در ویتترین مغازه‌ها اشغال کرده‌اند و هم دارای قیمت فریبنده‌تری هستند. تزیینات خانگی مانند ساعت‌های خاتم‌کاری شده و بشقاب مینا با هنرمندی هنرمندان ترکیه‌ای نیز به تازگی بخش دیگری از ویتترین‌های فروش صنایع دستی ایرانی را در دست گرفته‌اند. به نظر می‌رسد باید فرهنگ استفاده از هنر دستی ایرانی به جای کالاهای چینی در وهله اول در میان مردم جایگزین شود.

در این زمینه، فیض‌اللهی، رئیس اتحادیه صنایع دستی استان اصفهان (۱۳۹۲)، معتقد است که بخشی از صنایع دستی خارجی به صورت قانونی از گمرک وارد ایران می‌شوند، و بخشی دیگر نیز از مرزهای پاکستان و عراق به صورت قاچاق وارد می‌شوند. این مورد لزوم همکاری گمرک ایران و سازمان میراث فرهنگی را آشکار می‌سازد. بالان، مدیر کل امور بازرگانی صنایع دستی، مطرح می‌کند که بر اساس توافق‌های انجام شده با مقامات کشور چین، قرار شده است که ایران در دهکده صنایع دستی چین عضو شود و با حضور در استان‌های مختلف این کشور، جایگاه خود را بیابد. البته در این میان برخی فعالان و هنرمندان از جمله فتح‌اللهی، هنرمند نمدمال، بر این نظر هستند که این مورد بیشتر فرصت چینی‌ها برای کپی‌برداری آسان‌تر از محصولات صنایع دستی را فراهم می‌سازد.<sup>۱</sup>

شفاعیان، کارشناس و فروشنده صنایع دستی (۱۳۹۲)، به مثلث نیازها اشاره می‌کند که عبارتند از عدم پشتیبانی تولیدکنندگان، عدم وجود تبلیغات، و نبود بازار خوب. او معتقد است که چگونگی بازار به توان اقتصادی مردم و وضعیت سرمایه‌ای هنرمندان تولیدکننده بستگی دارد.<sup>۲</sup>

نامور مطلق، معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۲)، بر این نظر است که وجود کاغذبازی و بوروکراسی اداری و عدم وجود قوانین تسهیل‌کننده در بحث جوایز صادراتی، کار را برای هنرمندان صنایع دستی مشکل می‌سازد. به علاوه، بزرگترین مشکل صنایع دستی، نداشتن باورمندی و ضعف در فرهنگ‌سازی است. یعنی در ابتدا مدیران باید باور کنند و آنگاه رسانه‌ها به فرهنگ‌سازی بپردازند. هم‌چنین، اعطای اعتبار و وام به هنرمندان برای تجهیز و به روز کردن کارگاه‌ها، و نیز استقرار هنرمندان در شهرک‌هایی که حامل‌های انرژی ارزان‌تری بدست آوردند، ضروری است. مشکلاتی دیگر از قبیل نبود آمار دقیق و مشخص از میزان صادرات، ظهور رقبای قدرتمند مثل چین و هند در بازار فروش جهانی و معضلات صادرات چمدانی صنایع دستی به کشورهای اروپایی از چالش‌های دیگر پیش روی صنایع دستی به شمار می‌روند.<sup>۳</sup> بنابر نظر سلطانی‌فر، رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۲)، رونق گردشگری به طور مستقیم در رونق صنایع دستی ایران تأثیر می‌گذارد و درهای بازارهای جهانی را به روی صنایع دستی و هنرمندهای سنتی ما باز می‌کند.<sup>۴</sup>

۱. روزنامه کار و کارگر مورخ ۱۳۹۲/۰۳/۲۶

۲. روزنامه کیهان مورخ ۱۳۹۲/۰۲/۰۲

۳. روزنامه ایران مورخ ۱۳۹۲/۱۲/۲۷

۴. روزنامه اعتماد مورخ ۱۳۹۲/۱۲/۲۷

در بخشی دیگر، نامور مطلق (۱۳۹۲)، معتقد است که بخش عمده‌ای از مشکلات ما به علت رعایت نکردن قوانین جاری در حوزه صنایع دستی است، در حالی که اگر همین قوانین اجرا شوند، می‌توانند از بسیاری از مشکلات جلوگیری کنند. یکی دیگر از مشکلات در این حوزه، عدم نظارت معاونت صنایع دستی روی صنوف، فروشگاه‌ها و بازارچه‌هایی با عنوان صنایع دستی است که در آنها کاردستی یا محصولات ماشینی به جای صنایع دستی ایرانی فروخته می‌شوند.<sup>۱</sup>

هم‌چنین بنابر گزارش خبری دیگر، نامور مطلق (۱۳۹۲)، بر این نظر است که بسیاری از مشکلات صنایع دستی اعتباری نیست، بلکه به ضعف قانون برمی‌گردد. او هم‌چنین با استناد به در اختیار داشتن بیشترین تعداد افراد تحصیل‌کرده در حوزه صنایع دستی بنابر منابع بین‌المللی، بر لزوم ایجاد صنایع دستی دانش‌بنیان و کارگاه‌های تخصصی تأکید می‌کند.<sup>۲</sup>

بر طبق گزارش مطبوعاتی دیگر، نامور مطلق (۱۳۹۲)، بر این نظر است که مسائل فرهنگی و کم‌کاری مشکل اصلی صنایع دستی کشور است. او مطرح می‌کند که مدیران نباید احساس کنند صنایع دستی برای تزیین است، بلکه آنها باید درک کنند که این صنعت می‌تواند بخشی از مشکلات اشتغال، صادرات و ارزآوری را حل کند و در آن صورت است که این صنعت رشد پیدا خواهد کرد. چنانچه با فرهنگ‌سازی این باور در جامعه ایجاد شود که صنایع دستی یک صنعت پاک‌دست است و در جهان آینده به عنوان صنعت مرتبط با محیط زیست معرفی شود، آن وقت اعتقاد به این صنعت افزایش می‌یابد. در این میان رسانه‌ها می‌توانند نقشی مهم ایفا کنند. اگر آنها در سطح جامعه به حساسیت‌زایی مردم و مدیران پردازند و تحول و نگرش فکری را در جامعه ایجاد کنند، این صنعت شکوفا خواهد شد. به علاوه، او بر این نظر است که تا وقتی کار به دست بخش خصوصی، هنرمندان و تشکلات غیردولتی سپرده نشود، رشد در جهان فعلی کاذب خواهد بود.<sup>۳</sup>

علی بختیاری، استاد نمونه شیشه‌گری دستی (۱۳۹۲)، ۸ برابر شدن هزینه‌های کارخانه‌های تولیدی صنایع دستی بعد از هدفمندی یارانه‌ها را مطرح می‌کند. او چنین ذکر می‌کند که قبل از هدفمندی یارانه‌ها، صادرات کالاهای صنایع دستی به اروپا از جمله آلمان، فرانسه، کانادا، اتریش و بلژیک صورت می‌پذیرفت؛ اما پس از هدفمندی به علت افزایش هزینه‌های کارخانجات، برخی مجبور شدند کارخانه‌های خود را تعطیل کنند.<sup>۴</sup>

محمد علی نجفی، معاون رییس‌جمهوری و رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۲)، بر این عقیده است که کمبود بودجه، ضعف مدیریتی، فقدان برنامه‌ریزی و عدم آگاهی نسبت به اهمیت صنایع دستی و گردشگری، بخشی از علل رکود در این بخش‌هاست.<sup>۵</sup>

۱. روزنامه ایران مورخ ۱۳۹۲/۱۲/۲۶

۲. روزنامه شرق مورخ ۱۳۹۲/۱۲/۱۴

۳. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۰۶

۴. روزنامه جمهوری اسلامی مورخ ۱۳۹۲/۱۰/۲۸

۵. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۹۲/۱۰/۲۶



با توجه به گزارش خبری روزنامه خراسان، جایگاه صنایع دستی در انتقال باورها و اعتقادات اقوام مختلف ایرانی از جمله کارکردهای این هنر-صنعت است که به بوتۀ فراموشی سپرده شده است. صنایع دستی یک بخش مهم فرهنگی و اجتماعی است که بنا به رسالت خود در انتقال فرهنگ گذشته به آینده نقش مؤثر و مهمی را ایفا می‌کند؛ زیرا با توجه به نوع برنامه‌ریزی‌های زیرساختی خود به قصد دستیابی به اهداف فرهنگی و هنری و گاه اقتصادی می‌تواند در بهبود شرایط موجود قدم‌های مؤثری بردارد. در این میان، چند سالی است که با توجه به اهمیت این هنر - صنعت در عرضه فعالیت‌های میراث فرهنگی، و به ویژه حوزه گردشگری و جذب گردشگر، مشکلات پیش روی توسعه و ترویج صنایع دستی ایرانی در بازار داخلی و خارجی پررنگ‌تر شده است؛ زیرا استفاده‌های غیرقانونی از نوع طرح‌ها و نقش‌های ایرانی در ساخته‌های چینی و هندی و هم‌چنین ضرباتی که به توسعه این هنر در بازارهای جهانی وارد آورده است، موجب کساد بازار صنایع دستی نسبت به گذشته شده است. این گزارش بر این نظر است که نبود امکانات حمایتی و متعاقب آن نبود مواد اولیه مرغوب در تولیدات فنی محصولات صنایع دستی، و از همه مهم‌تر نبود آگاهی و هوشیاری مردم نسبت به اهمیت فرهنگی و هنری این گونه آثار و اشیاء که گاه به ضعف در نوع طرح‌ها و نقش‌ها و یا تکراری بودن آن در ساخت مربوط می‌شود، موجب شد تا قریب به اتفاق کارگاه‌های هنری تولیدات صنایع دستی با تعطیلی روزافزون رو به رو شود و عموم مردم بنا به قیمت‌های بالای محصولات تولیدی مرغوب و یا احیاناً نداشتن کیفیت برای بقیه محصولات صنایع دستی کاربردی، فقط به خرید برخی اشیای دکوری صنایع دستی رو آورند و به این شکل از توسعه و ترویج استفاده از این گونه آثار جلوگیری شود.

بر طبق این گزارش، ملاحمدی، کارشناس سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در این باره معتقد است که هنرمندان صنایع دستی درس زیباشناسی را به همه می‌آموزند و آرایه آثار آنها در نمایشگاه‌ها، علاوه بر نشان دادن توانمندی‌های آنها، فرهنگ اقوام و حتی کشور را به ساده‌ترین و مؤثرترین شکل ممکن منتقل می‌کند. هم‌چنین، بروجردی، جامعه‌شناس و مدرس دانشگاه علامه طباطبائی، معتقد است که یکی از مهم‌ترین کاربردهای فرهنگی صنایع دستی، موضوع هویت‌شناسی است. صنایع دستی به عنوان نماد ملی و بومی، عامل توسعه گردشگری و مبادلات فرهنگی به شمار می‌رود و نقش فرهنگ‌شناسی و قوم‌نگاری را از طریق تمرکز بر مشخصه‌های موجود در صنایع دستی و ویژگی‌های اقوام و جوامع تولیدکننده نشان می‌دهد. در واقع، توسعه صنایع دستی و صادرات آن، کمک به توسعه گردشگری است. انتقال آموزش‌های جدید از جمله بازاریابی، مذاکرات بین‌المللی، انتقال تجارب و هنر پیشکسوتان به جوانان، تبلیغات، ایجاد فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌های دائمی استانی، منطقه‌ای، ملی و فراملی از جمله راهکارهای حل معضلات صنایع دستی است. دولت با حمایت‌های خود در حوزه آموزش رایگان، پرداخت یارانه برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی و حمایت از ابتکارات جدید در عرصه صنایع دستی باید تمام تلاش خود را برای توسعه صادرات صنایع دستی به کار گیرد.<sup>۱</sup>

۱. روزنامه خراسان مورخ ۱۳۹۱/۰۳/۲۴

هم‌چنین، بنابر گزارش خبری روزنامه جوان، به دلیل هجوم صنایع چینی و خارجی به بازارهای کشور، قیمت تمام شده بالای کالاها، و نیز عدم تبلیغات کافی در حوزه شناساندن هنرهای بومی و دستی کشور، تاکنون امکان بهره‌وری از کلیه ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در صنعت هنر دستی کشور فراهم نشده است.<sup>۱</sup>

سبزه میدانی، مدیر کل دفتر آموزش و حمایت از تولید صنایع دستی کشور (۱۳۹۰)، بر لزوم بازاریابی و فراهم ساختن بازار عرضه محصولات تولیدات دستی داخلی تأکید می‌کند. او معتقد است که در زمینه بازاریابی، علاوه بر نیاز به ورود بخش خصوصی، دولت نیز باید از شرکت‌های تعاونی و اتحادیه‌های در حال فعالیت در این بخش حمایت کند. به علاوه، برپایی نمایشگاه‌های عرضه محصولات تولیدی صنایع دستی، یکی دیگر از راهکارهای حمایتی در این حوزه به شمار می‌رود. در واقع، برپایی این نمایشگاه‌ها در استان‌های مختلف، راهکاری برای پیدا کردن حلقه گم شده آثار تولیدی هنرمندان صنایع دستی کشور است که از این طریق بتوانند با برقراری ارتباط با سایر تولیدکنندگان، زمینه بازاریابی محصولات تولیدی خود را فراهم سازند؛ به طوری که تلاش شود تا بازاریابان، اداره این نمایشگاه‌ها را بر عهده گیرند. به طور کلی می‌توان در زمینه چالش‌های موجود در حوزه صنایع دستی به مواردی از قبیل، بحث بیمه صنعتگران و هنرمندان حوزه صنایع دستی با دریافت کارت مهارت حرفه‌ای تحت پوشش سازمان تأمین اجتماعی؛ مستندنگاری ماندگاری و احیای رشته‌های هنرهای سنتی کشور و احیای این رشته‌ها با تجهیز و راه‌اندازی کارگاه‌های تولیدی و آموزشی در سطح استان‌ها؛ پرداخت تسهیلات بانکی در حوزه اشتغال خانگی؛ و راه‌اندازی بازارچه‌های صنایع دستی در مبادی ورودی و خروجی استان اشاره کرد.<sup>۲</sup>

بالان (۱۳۹۰)، از عربستان، کویت، امارات، قطر، یمن، ترکیه، سوریه، لبنان و مالزی، به عنوان عمده واردکنندگان آسیایی صنایع دستی ایران نام می‌برد و بیان می‌دارد که در میان کشورهای آفریقایی نیز مراکش، مصر، لیبی، کنیا و آفریقای جنوبی، مقصد صنایع دستی ایران هستند. کمبود کارشناسان و ارزیابان متخصص و آشنا با حوزه صنایع دستی، کمبود سرمایه‌گذاری در امر بسته‌بندی محصولات صنایع دستی و سنتی بودن روند صادرات کشور در مقایسه با تجارت جهانی از مهم‌ترین موانع و مشکلات پیش روست.<sup>۳</sup>

مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مازندران (۱۳۹۰) مطرح می‌کند که صنایع دستی باید وارد سند توسعه اشتغال مازندران شود تا بتواند از برنامه‌ها و اعتبارات تعیین شده طبق این سند استفاده کند.<sup>۴</sup>

موسوی، معاون صنایع دستی استان خراسان رضوی (۱۳۹۰)، به مواردی از قبیل آموزش‌های نوین در حوزه صنایع دستی، شمول صنایع دستی در سبد جوایز بانک‌ها، ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی، شکل‌گیری و تقویت تعاونی‌ها و اتحادیه‌های

۱. روزنامه جوان مورخ ۱۳۹۱/۰۳/۱۷

۲. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۹۰/۰۸/۱۸

۳. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۹۰/۰۶/۰۳

۴. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۰۴

مختلف، حمایت بیمه‌ای از هنرمندان صنایع دستی، و معافیت مالیاتی آنها به مثابه راهکارهای توسعه صنایع دستی اشاره می‌کند. به علاوه، دکتر اکبری، کارشناس حوزه صنعت گردشگری (۱۳۹۰)، نقش روستاها را در رشد صنایع دستی مهم می‌داند و مطرح می‌کند که یکی از مسائل مهم در مهاجرت روستاییان، بحث اشتغال است. هم‌چنین تولید کالاهای صنایع دستی بر اساس استانداردها، تأمین امنیت سرمایه‌گذاری در این صنعت، و نیز تولید کالاهای متنوع و برگزاری نمایشگاه‌های مناسب به عنوان راهکارهای دیگر رشد و توسعه این صنعت به شمار می‌روند.<sup>۱</sup>

تهمینه دانیالی، معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۰)، معتقد است که لازمه ارتقای صنایع دستی و هنرهای سنتی به جایگاه واقعی ملی و بین‌المللی، بسترسازی فرهنگی، هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی ذیربط، توسعه زیرساخت‌های لازم، تبلیغات و بازاریابی، حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، کاهش بهای تمام شده، کاهش هزینه‌های سربار تولید، افزایش نقش صنایع دستی در سبد کالای مصرفی و کاربردی کردن صنایع دستی و به روزرسانی تولید بستگی دارد.<sup>۲</sup>

با توجه به گزارش خبری روزنامه مردم‌سالاری، گرانی مواد اولیه و هجوم کالاهای چینی از دغدغه‌های اساسی حوزه صنایع دستی به شمار می‌رود.<sup>۳</sup> نیکنام، استادکار صنایع دستی در بازار نقش جهان اصفهان (۱۳۸۹)، بر این عقیده است که در حال حاضر رشته‌های متعددی از صنایع دستی مثل گبه‌بافی به دلیل نداشتن صرفه اقتصادی در حال از بین رفتن است و با ادامه این روند دیگر کسی حاضر نمی‌شود صنایع دستی را به عنوان شغل اصلی انتخاب کند. گفتگو با فروشندگان حاکی از آن است که آنها قیمت را مهم‌ترین عامل پذیرش مصنوعات چینی در نظر می‌گیرند و به قدری این محصولات را مشابه صنایع دستی تولید شده در ایران می‌دانند که گاه خریداران این محصولات تفاوتی میان آنها حس نمی‌کنند. هم‌چنین، عابدی، کارشناس ارشد صنایع دستی (۱۳۸۹)، بر این نظر است که قیمت پایین محصولات وارداتی چینی باعث شده است تا صنایع دستی داخلی با رکود مواجه شود. تنوع صنایع دستی وارداتی از یک سو و هم‌چنین حمایت نکردن از تولیدکنندگان داخلی باعث شده است که صنایع دستی ایران با قیمت بیشتر در بازارها به فروش رسد. به علاوه، بالان (۱۳۸۹)، مطرح می‌کند که ایران دومین کشور در حوزه صنایع دستی است و ضرورت دارد به منظور ترویج و تبلیغ صنایع دستی در بازارهای داخلی و خارجی، برنامه‌ریزی مقتضی انجام گیرد. لازم به ذکر است، ایران با ۲۵۶ رشته فعال صنایع دستی از نظر یونسکو، بزرگ‌ترین و مهم‌ترین قطب صنایع دستی در جهان است.<sup>۴</sup>

۱. روزنامه خراسان مورخ ۱۳۹۰/۰۸/۱۲

۲. روزنامه قدس مورخ ۱۳۹۰/۰۳/۱۹

۳. روزنامه مردم‌سالاری مورخ ۱۳۸۹/۰۳/۲۵

۴. روزنامه خراسان مورخ ۱۳۸۹/۰۳/۲۰

بر طبق گزارش خبری روزنامه آرمان، صنایع دستی با بهره‌وری بالا نه تنها به توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال کمک می‌کند، بلکه اگر بتوان سرمایه‌گذاری مناسبی در این زمینه انجام داد، به دلیل تنوع و گسترش آن در مقابل صادرات تک‌محصولی، درآمد قابل توجهی را به کشور می‌آورد. در واقع، تفاوت این صنعت با دیگر صنایع در آن است که بخش‌های مختلف صنایع دستی و هنرهای سنتی نیاز به سرمایه‌گذاری اندک دارند و این یکی از قابلیت‌های مثبت این صنعت محسوب می‌شود. بنابراین ایجاد سیاست‌های حمایتی از سازندگان این گونه کالاها، عامل مهمی برای دستیابی به بازارهای هدف خواهد بود. به دلیل نبود امکانات و حمایت کافی از صنعت‌گران و تولیدکنندگان هنرهای سنتی، بسیاری از این صنایع دیگر در چرخه تولید قرار ندارند. در این میان، کیایی، مدیر کل حمایت از تولید و بازرگانی معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی (۱۳۸۸)، بر این عقیده است که میزان صادرات چمدانی به عنوان سوغات توسط ایرانی‌های خارج از کشور و گردشگرانی که از ایران خارج می‌شوند، بسیار قابل توجه است؛ اما در آمارهای رسمی جایگاهی ندارد. ضمن آنکه برخی اقلام صنایع دستی به دلیل تعریف نشدن در گمرک در آمار صادرات صنایع دستی لحاظ نمی‌شود. حتی در برخی موارد، آثار صنایع دستی جزو عتیقه محسوب می‌شود. طی سال‌های اخیر، صنایع دستی نه تنها پشت پرده بوده، بلکه درگیر واگذاری به سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها بوده و به همین منظور، این صنعت از نظر صادرات در جایگاه مناسبی قرار نداشته است. به علاوه، یکی از صادرکنندگان صنایع دستی (۱۳۸۸) مطرح می‌کند که در ایران برای صادرات صنایع دستی در بخش حمل و نقل و گمرک تسهیلات اعطا نمی‌شود. در واقع، حمل و نقل، نظامی حیاتی برای صادرات صنایع دستی به حساب می‌آید که همواره تحت تأثیر گرانی‌ها بوده است. به علاوه، بیمه هنرمندان صنایع دستی با مشکل مواجه است که این مسئله، هزینه‌ها را در تولید افزایش می‌دهد و به دنبال آن، امکان رقابت کمتر می‌شود؛ مگر اینکه همان اقدامی که برای بیمه بافندگان فرش صورت گرفت، برای هنرمندان صنایع دستی نیز انجام شود.

با توجه به این گزارش، صنایع دستی و هنرهای سنتی در گذشته‌های نه چندان دور، صنعتی برای امرار معاش خانواده‌ها بود که با تغییر روش‌های زندگی مردم، بسیاری از محصولات صنایع دستی دیگر با نیازهای خانواده‌های ایرانی هماهنگ نیستند. زیرا آنچه تولید می‌شود، با همان شیوه‌های سنتی و بدون در نظر گرفتن سلیقه مصرف‌کننده، ساخته می‌شود. مزیت صنایع دستی در تنوع فرهنگی و هنری آن است؛ از این رو می‌توان با تغییر کاربری آن با نیازها و سلیقه مردم، به سمت افزایش تولیدات صنایع دستی برنامه‌ریزی کرد. در حال حاضر، دستیابی به سهم بیشتر از بازارهای هدف در وهله اول با حفظ ماندگاری محصولات صنایع دستی، و بعد شناسایی چالش‌ها و مرتفع کردن مشکلات این صنعت حاصل می‌شود. بی‌تردید موفقیت در صادرات صنایع دستی به عوامل مختلفی بستگی دارد، که به مواردی از قبیل تولید محصولات با کیفیت و قیمت قابل رقابت، بسته‌بندی مناسب، بازاریابی در عرصه‌های داخلی و خارجی، جلوگیری از واردات صنایع دستی بی‌کیفیت خارجی، حمل و نقل، بانک‌ها، قوانین گمرکی و ... می‌توان اشاره کرد که هر کدام از این موارد، تأثیر مستقیم بر تولید و صادرات صنایع دستی

دارد. افزون بر این، تا زمانی که میزان صادرات صنایع دستی ایران با آمار صادرات دیگر کشورها مقایسه نشود، نمی‌توان تنها به افزایش صادرات محصولات صنایع دستی دلخوش بود.<sup>۱</sup>

دانیالی، معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی (۱۳۸۸)، بر این نظر است که در اماکن و ابنیه‌های تاریخی کشور که مورد تایید یونسکو هستند، باید فروش صنایع دستی خارجی ممنوع شود، به طور مثال در میدان نقش جهان اصفهان نباید صنایع دستی دیگر کشورها به فروش رسد. ایران بعد از چین و هنر در گروه ۳ کشور برتر جهان در حوزه صنایع دستی است.<sup>۲</sup>

بنابر گزارش خبری روزنامه کیهان، بازنگری کارشناسانه و مسئولانه در قالب اصلاح شیوه‌های کهنه، و بااهمیت دانستن بخش صادرات، یک نیاز حیاتی در فرآیند رونق هنرهای دستی ایران محسوب می‌شود. لیکن چگونگی عملیاتی کردن آنها مستلزم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های عمودی و افقی، بنیادین و جانبی است. اصلاح روش‌ها، تمرکززدایی فروش کالاها، ایجاد بازارچه‌ها و شهرک‌های دارای نمود نحوه تولید، عرضه و فروش در سطح ۳۰ استان [در کل ترسیم مثلی مشتمل بر تقویت فرآیند حمایتی دولت، تقویت صادرات از جانب بخش خصوصی (فعال شدن تشکلهای غیردولتی و راه‌اندازی کارگاه‌ها و شرکت‌های خصوصی)، و تقویت کیفیت تولید و کاهش قیمت] باید مورد توجه قرار گیرد.

در این رابطه، کیایی (۱۳۸۸)، بر این عقیده است که صنایع دستی دارای جذابیت اقتصادی بالایی است و به صورت تنها به عنوان یک صنعت ارزان‌قیمت محسوب می‌شود، چنانکه به راه‌اندازی یک شغل در صنایع دستی با سرمایه کمی ممکن و مهیا می‌شود. به علاوه، صنایع دستی تولید کاربر (و نه سرمایه‌بر) محسوب می‌شود. از سوی دیگر، کشور ایران با جمعیت جوان بالایی روبروست که همزمان از معضل بیکاری (نسبی) رنج می‌برد. بنابراین، از صنایع دستی می‌توان به عنوان یکی از راه‌های مبارزه با بیکاری استفاده کرد. ویژگی دیگر این است که صنایع دستی نیاز به مواد اولیه وارداتی و خارجی ندارد، بلکه از طریق مواد اولیه بومی و محلی به تولید می‌پردازد که این از مزیت‌های خاص در صنعت دستی کشور محسوب می‌شود و نیاز به فناوری خارجی ندارد. چون عناصر ساختاری مختص تاریخ و فرهنگ، و عالی‌ترین تکنیک در اختیار هنرمندان کشور است. ضمن این که به متخصصان خارجی هم وابستگی ندارد. از دیگر فواید آن این است که صنایع دستی دارای ارزش افزوده بسیار بالاست؛ به طوری که بعضاً بیش از صد در صد ارزش افزوده ایجاد می‌کند. هم‌چنین این صنعت با محیط زیست بسیار قرابت دارد، به نحوی که صنایع دستی را تولید سبز می‌نامند. مزیت دیگر صنایع دستی، ایجاد اشتغال مخصوص زنان است و در چرخه کار و زندگی تأثیرگذار است. ضمن آنکه امکان جذب نیروی کار زنان در این بخش از سایر بخش‌های اقتصادی فراهم است. به علاوه، صنایع دستی می‌تواند در اقتصاد ملی کشور نقش مهم و اثرگذاری داشته باشد.

۱. روزنامه آرمان مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۱۳

۲. روزنامه وطن امروز مورخ ۱۳۸۸/۰۹/۰۲

هم‌چنین، کیایی مطرح می‌کند که اصلاح روش‌های تولید موجب افزایش کیفیت محصولات و استانداردسازی فضای کارگاه‌ها می‌شود. از طرف دیگر، با فراهم کردن شرایط بهداشتی کارگاه‌ها، ضمن ایجاد امکان تولیدات برتر و کاربردی نمودن محصول، نظر و سلیقه مشتریان تأمین خواهد شد. هم‌چنین در جهت کاهش هزینه‌ها و قیمت تمام شده تولیدات، رویکرد باید تغییر سیستم تولید باشد، به طور مثال تغییر سیستم پخت کوره‌های سفال از روش سنتی، نفتی و گازی به کوره‌های مدرن و گازسوز که هم میزان دما کنترل و هم سبب تقلیل قیمت تمام شده می‌شود، ضمن آنکه کار سهل‌الوصول‌تر خواهد شد. ضمناً اصلاح روش‌های طراحی با توجه به رنگ‌های مورد توجه مشتریان نیز باید مورد توجه قرار گیرد. با تمام این موارد، به نظر می‌رسد مشکل اصلی در صنایع دستی کشور در بخش مربوط به فروش متمرکز است. لذا با توجه به اصلاح روش‌های بازرگانی و بازاریابی محصولات، نیاز فعلی و ضروری هنر صنایع دستی کشور است. بنابراین، قبل از هر چیز لازم است بخش تقاضای اقتصاد صنایع تقویت شود تا تولید صنایع دستی برای تولیدکننده مقرون به صرفه باشد. او چنین مطرح می‌کند که برنامه‌ریزی‌های مختلف در زمینه ایجاد بازارچه‌های موقت فروش صورت پذیرفته است تا از رهگذر گردشگری بتوانند بازار پرفروش صنایع دستی را به دنبال داشته باشند. هم‌چنین، ایجاد شهرک‌ها در هر استان مورد توجه قرار گرفته است، به طوری‌که با مرمت برخی از مراکز میراثی، این محل‌ها در اختیار هنرمندان صنایع دستی قرار گیرد تا همزمان کار تولید و فروش داشته باشند. یک مزیت این پروژه این است که گردشگران و مسافران از نزدیک با طرز کار تولیدات نیز آشنا شوند. به علاوه، برنامه‌هایی جهت پخش فیلم‌های مستند کوتاه با هدف آشنایی بیشتر مردم و صنایع تولید با صنایع دستی صورت پذیرفته است. کیایی به این موضوع نیز اشاره می‌کند که به استناد مصوبه کمیسیون اقتصادی هیئت دولت مقرر شده است که کلیه کارگاه‌های صنایع زیر ۵ نفر نیروی کار در تمام رشته‌ها از معافیت بیمه کارفرما برخوردار شوند. این اقدام تأثیر بسزایی در جلوگیری از تعطیلی کارگاه‌های تولیدی دارد. برای رفع موانع و مشکلات زیرساختی صنایع دستی اقدامات خاصی از قبیل اصلاح قیمت‌های پایه صادرات صورت پذیرفته است، به طوری‌که تعیین قیمت‌های جدید، انگیزه صادرکنندگان را افزایش داده است. به علاوه، افزایش نرخ مشوق‌های صادرات از ۳ درصد به ۵ درصد از عوامل مؤثر دیگر در افزایش صادرات محسوب می‌شود. هم‌چنین با همسویی اجرایی شدن سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، موضوع تقویت تعاونی‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد و شرکت‌های خصوصی در تعاون صادراتی در حال انجام است.

در ادامه، فیروزه، فروشنده تولیدات صنایع دستی (۱۳۸۸)، بر این نظر است که دولت می‌تواند از طریق ارگان‌های تحت پوشش خود به فروش صنایع دستی کمک کند. به این طریق که به کارمندان "بن" خرید صنایع دستی داده شود. به علاوه از دولت انتظار می‌رود که به بخش خصوصی در زمینه صنایع دستی کشور کمک کند.<sup>۱</sup>

۱. روزنامه کیهان مورخ ۱۳۸۸/۰۳/۲۷

حسین هاتفی فارمد، مدیر عامل یک شرکت تخصصی بازاریابی صنایع دستی (۱۳۸۸)، نیز نبود توجه به بسته‌بندی، بی‌توجهی هنرمندان به بازاریابی و بی‌تمایلی به نیازهای روز بازار را از مشکلات جذب مشتری در عرصه جهانی برشمرد. معاون صنایع دستی کشور (۱۳۸۸) نیز در مورد مشکلات عمده صنایع دستی، به نبود بسته‌بندی برای کالاهای تولید شده اشاره می‌کند. بسیاری از تولیدکنندگان صنایع دستی معتقد هستند تعدادی از آثار تولید شده در هنگام حمل و نقل به محل فروش یا نمایشگاه‌ها به دلیل نبود بسته‌بندی مناسب آسیب می‌بیند، به همین دلیل از نظر اقتصادی به آنها ضرر وارد می‌شود. در واقع، حلقه مفقوده در این میان، بازاریابی و در ادامه به صورت خاص‌تر، بسته‌بندی شکل است؛ یعنی باید هنرمند را به این نتیجه رساند که به سلیقه بازار توجه کند و هنرهای سنتی باید با اقتصاد نوین هماهنگ شود.<sup>۱</sup>

در گزارش دیگری تصریح شده است که بنابر نظر کیایی (۱۳۸۷)، چالش‌های پیش‌روی صادرات صنایع دستی را باید به سه دسته کلی تقسیم کرد، تولید محصولات که این بخش مشکلات خاص خود را دارد، بازاریابی، برگزاری و شرکت در نمایشگاه برای عرضه صنایع دستی ایران، بسته‌بندی و شناسایی بازار و پشتیبانی از تولید و صادرات که این مسئله به عواملی همچون بانک‌ها، حمل و نقل، گمرک و ... مربوط می‌شود و جزو زیرساخت‌های ضروری صادرات صنایع دستی محسوب می‌شود. توسعه تجارت خارجی، بازاریابی، تبلیغ و گسترش بازارهای جهانی کالاهای صادراتی صنایع دستی و بهبود تراز بازرگانی، اطلاع‌رسانی تجاری، حفظ بازارهای سنتی صادرات، یکپارچه‌سازی مدیریت رویدادهای تجاری و اصلاح زیرساخت‌های صادرات صنایع دستی از اهم اهداف و استراتژی‌ها در رابطه با ارتقای سهم صادراتی صنایع دستی از کل صادرات غیرنفتی هستند. با توجه به مطالب مطرح شده از سوی کیایی، مواردی که در تاریخ مورد نظر در حال انجام بوده است عبارتند از: پیگیری جهت اصلاح نرخ پایه اقلام صادراتی کالاهای صنایع دستی، پیگیری جهت اختصاص فصلی جداگانه به اقلام کالاهای صنایع دستی (شامل ۱۵ گروه کالایی و ۲۰۰ رشته) در کتاب صادرات و واردات گمرک ج.ا.ا.<sup>۲</sup>

بنابر گزارش مطبوعاتی دیگر، کیایی (۱۳۸۷) مطرح می‌کند که ایجاد غرفه‌های موقت در اماکن تاریخی و در فصل تابستان برای عرضه مصنوعات دستی و سنتی صورت پذیرفته است. ولیکن نبود سیستم اطلاعات آماری جامع در کشور و وجود برخی معضلات گمرکی از تنگناهای صادرات صنایع دستی است.<sup>۳</sup>

هم‌چنین کیایی (۱۳۸۷)، بحث راهبرد ایجاد خوشه‌های صادراتی در حوزه صنایع دستی، ارتقای کیفیت کالاهای صنایع دستی، توسعه روابط تجاری دوجانبه و چندجانبه با سایر کشورها و نیز سازمان‌های سایر کشورها و نیز سازمان‌های بین‌المللی، و استفاده از ظرفیت‌های موجود و توان اتاق‌های بازرگانی مشترک، تشکل‌های تجاری ایرانیان مقیم خارج، مبادله موافقتنامه با

۱. روزنامه آفتاب یزد مورخ ۱۳۸۸/۰۸/۱۶

۲. روزنامه سیاست روز مورخ ۱۳۸۷/۱۰/۰۷

۳. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۷/۰۸/۰۹

سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی مرتبط با تجارت صنایع دستی و همچنین توسعه و گسترش تجارت صنایع دستی با کشورهای اسلامی را مطرح می‌کند.<sup>۱</sup>

هاتفی، معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور (۱۳۸۷)، بر این نظر است که برپایی دوره‌های آموزش برای صادرکنندگان، افزایش نرخ جوایز صادراتی تولیدات صنایع دستی و امکان حضور تولیدکنندگان و صادرکنندگان فعال در نمایشگاه‌های خارجی از اقداماتی هستند که اثر مثبتی بر رونق صنایع دستی اعمال می‌کنند. او مطرح می‌کند که شناخت راه‌های صادراتی ورود به بازارهای جهانی به زمان نیاز دارد. به علاوه، آبیاری، نماینده استانداری همدان (۱۳۸۷)، بر این نظر است که تولیدکنندگان صنایع دستی از نظر قدرت مالی، امکان انجام همزمان تولید، فروش داخلی و بازرگانی خارجی را ندارند و تجربه نیز نشان داده است که واگذاری این بخش به تشکلات و اتحادیه‌های صنایع دستی موفقیت‌آمیز نبوده است. از سوی دیگر، بکایی، معاون امور خارجه سازمان بازرگانی همدان (۱۳۸۷)، به بحث پارانه حمل و نقل و جوایز صادراتی صادرکنندگان صنایع دستی اشاره می‌کند.<sup>۲</sup>

به علاوه، دادخواه، متخصص نقاشی روی چرم و کارهای مرصع (۱۳۸۷)، بر این عقیده است که با ایجاد کارگاه‌های خانگی به منظور تدریس انواع هنرها توسط مربیان کارآموده، افزایش تولید خانگی در حد استاندارد، فروش در جایگاهی بدون واسطه، آشنایی بیشتر مردم با انواع هنرهای دستی و استقبال آنها از این هنرها می‌توان صنایع دستی را بین خانواده‌ها رایج کرد. به علاوه، دلشاد راد، مدیر آموزشگاه طراحی دوخت سنتی (۱۳۸۷)، معتقد است که هنرمندان باید دست به کار شوند و برای صنف خود انجمن و اتحادیه ایجاد کنند تا بتوانند با کمک هم مشکلات خود را حل کنند.<sup>۳</sup>

معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اصفهان (۱۳۸۶) مطرح می‌کند که توجه هنرمندان به بحث صادرات، بالا بردن کیفیت تولیدات صنایع دستی، بسته‌بندی باکیفیت، بازاریابی جهانی و آشنایی برخی از هنرمندان با نحوه بازاریابی جهانی از جمله علل افزایش صادرات صنایع دستی هستند.<sup>۴</sup>

ادیب، معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (۱۳۸۶)، بر این نظر است که تنها راه برون‌رفت از مشکلات موجود، ایجاد و توسعه بازار برای صنایع دستی، چه در داخل کشور و چه در خارج کشور است. مسائل و مشکلات فرعی که هم اکنون مطرح می‌شود، مانند گران بودن مواد اولیه، به علت نبود بازار است. در حالی که اگر صنعتگر، بازار باثبات، و قابل اطمینان و اعتمادی داشت، این مسائل نیز حل‌شدنی بود. در واقع، بازار باثبات روندی است که همه در آن دخیل‌اند، از سیاستگذار دولتی و قانون‌گذار تا خود تولیدکننده و صنعتگر و حتی مردم و خریداران. وی با اشاره به پویانمایی‌هایی که نیروی انتظامی در راستای فرهنگ‌سازی ترافیک از صدا و سیما پخش کرده و نتایج مؤثری داشته است، مطرح می‌کند که در حوزه صنایع دستی

۱. روزنامه سیاست روز مورخ ۱۳۸۷/۰۷/۱۵

۲. روزنامه سیاست روز مورخ ۱۳۸۷/۰۴/۲۳

۳. روزنامه قدس مورخ ۱۳۸۷/۰۴/۰۴

۴. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۶/۰۶/۰۶



نیز چنین ابتکاری مورد نیاز است. او بر این عقیده است که تغییر باید در همه عرصه‌ها از شیوه‌های تولید تا عرضه و بازاریابی صورت گیرد. این در شرایطی است که برای ورود به بازارهای جهانی نیاز به رعایت استانداردهای جهانی است. در واقع، ساز و کارهای دسترسی به بازار شامل استانداردسازی کارگاه‌ها و شیوه‌های تولید، آشنایی با تجارت جدید، درک شرایط رقابتی، تبلیغات و از همه مهم‌تر اطمینان و اعتمادسازی است. صنعتگر و تولیدکننده باید به بسته‌بندی کالاهای خود، تهیه بارکد و شناسنامه کالا و قیمت‌گذاری تن دهد. به علاوه، شاه‌میوه، مشاور اتحادیه تولیدکنندگان صنایع دستی اصفهان (۱۳۸۶)، بر این عقیده است که نخستین نیاز صنایع دستی، ارزیابی سلیقه و نیاز سایر کشورهاست. به علاوه، هنرمند توان و دانش بازاریابی ندارد و باید در کنار این هنرمندان، بازرگان و بازاریاب به نمایشگاه‌ها اعزام شود. به علاوه، ادیب مطرح می‌کند که سازمان صنایع دستی در حال ایجاد پایانه ویژه صادرات صنایع دستی به صورت دائم در شرکت عمران کیش، امضای تفاهم‌نامه با شرکت هواپیمایی داخلی جهت فعالیت به عنوان مبلغ صنایع دستی و جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و گردشگری اصفهان در همه دفاتر در شهرها و کشورهای مقصد، پخش فیلم تبلیغاتی در مورد اصفهان از سوی شبکه‌های پرمخاطب خارجی در دنیا، ساخت دانشگاه ویژه صنایع دستی جهت تأمین نیازهایی مانند بازاریابی صنایع دستی، کاربردی کردن صنایع دستی، بسته‌بندی، تبلیغات، طرح، رنگ و غیره است.<sup>۱</sup>

با توجه به گزارش خبری روزنامه همبستگی، فقدان حمایت مادی و معنوی از صنایع دستی در داخل کشور و همچنین انتقال نیافتن دانش و تجربه این قبیل مهارت‌ها از پدران و استادان این فنون و هنرها به نسل حاضر از عمده‌ترین چالش‌های پیش روی این هنر-صنعت به شمار می‌رود. صنایع دستی با وجود داشتن مزایایی چون دسترسی آسان و ارزان به مواد اولیه، بی‌نیازی به سرمایه‌گذاری زیاد، و برخورداری از ابزار کار ساده و تأثیرگذار در صنعت گردشگری؛ به دلیل فقدان بازار فروش و عرضه محصولات تولیدی و همچنین نبود حمایت کافی مسئولان دیگر قادر نیست که جوانان و نواندیشان را به خود جلب کند. راهکارهای مختلفی در زمینه تقویت و ایجاد بازارهایی برای ترویج و بسط و توسعه صنایع دستی و در کنار آن فروش محصولات صنایع دستی وجود دارد که این راهکارها می‌توانند به تقویت، توسعه، بازاریابی و تبلیغ صنایع دستی بینجامند که از آن جمله است، ۱. ایجاد و تقویت تعاونی‌های صادرکنندگان صنایع دستی که این اتحادیه می‌تواند متشکل از فارغ‌التحصیلان، کارشناسان و تولیدکنندگان این گونه محصولات باشد؛ ۲. توسعه و ترویج تجارت الکترونیک به طوری که همواره به صادرات این گونه صنایع به عنوان یک اصل نگریسته شود و از طریق تجارت الکترونیک و ایجاد سایت‌های اینترنتی، سعی در معرفی و ترویج این قبیل صنایع شود؛ ۳. شرکت در نمایشگاه‌های صنایع دستی داخلی و بین‌المللی. موارد مورد نظر در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری عبارت از تأسیس و راه‌اندازی بازارچه‌های صنایع دستی، آموزش و بکارگیری نیروهای جوان در بخش صنایع دستی، و ایجاد شهرک‌ها با توجه به ظرفیت‌های موجود هستند.

۱. روزنامه ایران مورخ ۱۳۸۶/۰۴/۲۱

هم‌چنین، بنابر این گزارش، تهیه مواد اولیه فراوری شده و مناسب و عرضه آن به صنعتگران، و نظارت بر نحوه ساخت و مراحل تولید صنایع دستی می‌تواند گام بزرگی برای حفظ کیفیت تولیدات این رشته باشد. ایجاد مراکز و مناطقی که در آنها بتوان مراحل ساخت و تولید صنایع دستی را برای گردشگران به نمایش گذارد، از جمله راهکارهایی است که می‌تواند برای جذب جوانان مستعد به این صنایع و نیز تشویق مردم به خرید بیشتر این کالاها مورد توجه مسئولان ذی‌ربط قرار گیرد. از آنجایی که در صنایع دستی عامل تولید انسان است، لذا امکان تولید انبوه در این رشته وجود ندارد و به دلیل مدت زمانی که صرف خلق آن می‌شود، قیمت بالایی دارد. صنایع دستی هر خطه علاوه بر اینکه می‌تواند در توسعه جوامع محلی، فقرزدایی، ارتقای سطح درآمد، رفاه اجتماعی و بهبود اقتصاد خانواده مؤثر باشد، در عین حال نقش بسزایی نیز در هویت‌بخشی به سیمای شهر و روستا و در کنار آن ایجاد غرور ملی دارد.<sup>۱</sup>

آرین‌منش، نایب رییس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۶)، مطرح می‌کند که در برخی رشته‌ها، صنایع دستی با کیفیت مناسب و مطابق با نیازسنجی و سلیقه بازار هدف تولید نمی‌شود و این مسئله باعث نزول رتبه ایران از نظر تعداد صنایع دستی در صادرات و استقبال بازار جهانی شده است. او معتقد است که اولین مشکلی که باعث رکود صنایع دستی در ایران شده این است که این صنایع در حاشیه قرار دارد و با وجود تأکید کارشناسان، هنوز صنایع دستی به عنوان صنعتی اشتغال‌زا که می‌تواند فرصت‌های شغلی زیادی ایجاد کند، اولیتی برای مسئولان محسوب نمی‌شود و رویکرد و نگاه مسئولان به این صنعت، رویکرد اشتغال‌زایی نیست. یکی از مشکلات نیز این است که تولیدات صنایع دستی، به دلیل مدیریت ناکارآمد، منطبق با نیاز روز جامعه و سلیقه بازار هدف نبوده است. علاوه بر این، گران بودن مواد اولیه برای تولید انواع صنایع دستی، باعث کاهش تولید و کیفیت کالا در این صنعت شده است. وی بازاریابی نامناسب در داخل و خارج کشور، نبود نظام مناسب حمایتی از صنعتگران، عدم نیازسنجی بازارهای جهانی، و بسته‌بندی نامناسب این محصولات را از جمله چالش‌های پیش روی این صنعت می‌داند. به علاوه، نبود کنترل بر واردات کالاهای خارجی نظیر کالاهای چینی باعث شده است ما با دست خود، رقیب جدی برای تولیدات صنایع دستی بتراشیم که این مسئله نشان از بی‌توجهی و فقدان نظارت مسئولان دارد. هم‌چنین، حمایت‌های بیمه‌ای و رفاهی از صنعتگران، توجه به بسته‌بندی، تشویق تولیدکنندگان صنایع با معرفی هنرمندان برتر در این عرصه، تدوین نظام جامع صنایع دستی که در آن چشم‌انداز بلندمدت کشور در این عرصه تعریف شود، از راهکارهای برون‌رفت رکود بازار صنایع دستی است. هاتفی (۱۳۸۶) نیز مطرح می‌کند که صنایع دستی در کشور ما بیشترین آسیب را از ناحیه بسته‌بندی متحمل می‌شود.<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>. روزنامه همبستگی مورخ ۱۳۸۷/۰۵/۰۴

<sup>۲</sup>. روزنامه خراسان مورخ ۱۳۸۷/۱۱/۱۸

بنابر گزارش خبری روزنامه کار و کارگر، با طراحی بهتر، ارتقای کیفیت، مواد اولیه، نوآوری و خلاقیت در فرآیند تولید، بسته‌بندی مناسب، بازاریابی حرفه‌ای و تبلیغات اثرگذار و هدفمند به یقین می‌توان تحولی عظیم در تولید و صادرات آن ایجاد کرد و سهم بیشتری در بازارهای جهانی کسب کرد. تولیدکنندگان ایرانی به دلیل ناآشنایی با بازارهای خارجی قادر به فروش محصولات خود در این بازارها نیستند. در این میان دلالت و واسطه‌ها وارد ماجرا می‌شوند که فقط می‌خواهند دسترنج تولیدکنندگان را به ارزان‌ترین قیمت ممکن خریداری کنند. اما از آنجا که فعالیت صحیح حرفه‌ای برای بازاریابی و فروش ندارند، خود نیز با مشکل فروش، خواب نقدینگی و رکود معامله مواجه می‌شوند و خواب سرمایه را می‌خواهند با افزایش قیمت جبران کنند. این امر سبب شده است که محصولات صنایع دستی ایران برای مصرف‌کننده نهایی در بازارهای برون‌مرزی گران تمام شود و قدرت رقابت این ساخته‌ها از دست رود. امروزه انتشار و توزیع بروشور یا کتاب برای معرفی صنایع دستی کافی نیست، بلکه بهره‌گیری از شبکه‌های اطلاع‌رسانی به ویژه اینترنت باعث شده است مصرف‌کنندگان در سراسر جهان با تولیدات صنایع دستی ایران آشنا شوند و تقاضا برای خرید تولیدات صنایع دستی افزایش یابد. برای پاسخگویی به این گونه تقاضاها باید فروش آنلاین مدنظر قرار گیرد که این امر متضمن آن است که کالاهای تولید شده در بسته‌بندی‌های زیبا، محکم و با کیفیت خوب عرضه شوند و حمل و نقل نیز با روش‌های سریع و مطمئن صورت گیرد تا کالاها در اسرع وقت و با کیفیتی مناسب و مطلوب در دسترس مشتریان قرار گیرد.

در ادامه این گزارش خبری چنین مطرح می‌شود که برای حمایت از تولیدات صنایع دستی و رونق صادرات این کالاها توجه به موارد زیر ضروری است: افزایش سرمایه‌گذاری در رشته‌های گوناگون صنایع دستی و ایجاد فرصت‌های شغلی؛ آموزش هنرمندان و صنعتگران شاغل در بخش‌های مختلف صنایع دستی برای تولید محصولات مطابق با سلیقه و ذوق مشتریان خارجی از طریق همایش‌ها، کارگاه‌های آموزشی و غیره؛ حمایت از صنعتگران و هنرمندان موجود و تشویق و دلگرم ساختن آنها با روش‌های گوناگون از جمله تأمین بیمه‌های مناسب، فراهم ساختن مواد اولیه مورد نیاز با قیمت مناسب، فراهم کردن امکان عرضه محصولات تولید شده به مشتریان؛ استاندارد کردن مواد اولیه؛ کنترل کیفیت تولیدات؛ ایجاد بانک اطلاعات درباره هنرمندان و صنعتگران شاغل در زمینه صنایع دستی؛ بارکددار کردن کالاهای تولید شده و شناسنامه‌دار کردن آنها؛ ورود به شبکه اینترنتی و تجارت الکترونیک در بعد داخلی و جهانی؛ شناسایی بازارهای جدید برای خلق تقاضای بیشتر؛ توسل به شیوه‌های راهبردی و تبلیغاتی مؤثر در امر بازاریابی؛ و بهره‌گیری از تجربه‌های کشورهای رقیب.<sup>۱</sup>

بنابر نظر عابدی، رییس کارگروه اقتصادی و اجتماعی صنایع دستی (۱۳۸۵)، اساسی‌ترین مشکل صنایع دستی، عدم دسترسی به آمار و اطلاعات مؤثق و به هنگام است که مانع رسیدن به یک برنامه‌ریزی کامل و جامع است. او ابراز امیدواری می‌کند که

۱. روزنامه کار و کارگر مورخ ۱۳۸۶/۰۵/۰۷

با برقراری تعامل بین گمرکات کشورهای جهان در سال ۸۶ این معضل برطرف شود.<sup>۱</sup> به علاوه، رییس کارگروه ترویج و احیای صنایع دستی (۱۳۸۵)، بر این عقیده است که ایجاد ارتباط منطقی میان گروه‌های ذینفع، مهم‌ترین وظیفه این کارگروه است. هم‌چنین، رحمتی، رییس کارگروه بسته‌بندی (۱۳۸۵)، معتقد است که وضعیت بسته‌بندی در این صنعت در حد صفر است.<sup>۲</sup> در گزارشی دیگر، محمدی، رئیس سازمان بازرگانی استان مرکزی (۱۳۸۴)، دلایل کاهش کمی صادرات محصولات صنایع دستی را کاهش تقاضای جهانی، ناتوانی رقابت فرش و صنایع دستی این استان با شرایط بازارهای جهانی، نبود قوانین کافی حمایتی از این بخش، و کاهش نرخ دلار در برابر یورو ذکر می‌کند.<sup>۳</sup> آراین‌منش (۱۳۸۴)، بر این نظر است که توسعه گردشگری، باعث تحرک در چرخه تولیدات صنایع دستی و در نتیجه اشتغال‌زایی می‌شود.<sup>۴</sup>

اصغر برشان، دبیر اجرایی خانه کارگر استان اصفهان (۱۳۸۴)، نیز توسعه صنایع دستی و رونق کامل صنعت توریسم را یکی از راه‌حل‌های حذف مشکل بیکاری می‌داند و اعتقاد دارد که باید با رونق صنعت گردشگری و به تبع آن توسعه صنایع دستی این مشکل برطرف شود. این دو عامل به دلیل تکمیل‌کنندگی یکدیگر می‌توانند به راحتی آمار نرخ بیکاری استان اصفهان را در حد قابل قبول کاهش دهند. البته او به گردشگری داخلی نیز به عنوان عامل مؤثر اشاره می‌کند، ولیکن متذکر می‌شود که ظرفیت و قدرت گردشگری داخلی محدود است.<sup>۵</sup>

با توجه به گزارش مطبوعاتی دیگر، غلامعلی فیض‌اللهی، رییس اتحادیه صنایع دستی استان اصفهان (۱۳۸۴)، بر این نظر است که بهترین راه شناخت صنایع دستی، تبلیغات است. علاوه بر تبلیغات از سوی رسانه‌های گروهی، ارتباط سازمان صنایع دستی با دانشگاه‌های داخلی و خارجی، ایجاد دفاتر بین‌المللی در سازمان صنایع دستی برای ارتباط با سفارتخانه‌های دنیا و معرفی صنایع دستی می‌تواند در شناسایی و معرفی صنایع دستی ایران مؤثر باشد. تجارت الکترونیک و آموزش برای شناسایی، بازاریابی و تبلیغات در صنایع دستی، از جمله مهم‌ترین راهکارها برای رونق صنایع دستی است.<sup>۶</sup>

به علاوه، سید حسین هاشمی، نماینده مردم میانه و نایب رییس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۴)، بر این نظر است که تمرکز صنایع دستی در صنایع کوچک در قالب شهرک‌های صنعتی موجب می‌شود که از امکانات و منابع

<sup>۱</sup>. با این وجود، هنوز هم دسترسی به اطلاعات آماری مؤثق، دغدغه محققان و صاحب‌نظران حوزه صنایع دستی است.

<sup>۲</sup>. روزنامه توسعه مورخ ۱۳۸۵/۱۱/۲۹

<sup>۳</sup>. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۴/۰۸/۱۵

<sup>۴</sup>. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۴/۱۲/۲۳

<sup>۵</sup>. روزنامه کار و کارگر مورخ ۱۳۸۴/۱۰/۰۸

<sup>۶</sup>. روزنامه توسعه مورخ ۱۳۸۴/۰۹/۳۰

مالی این صنایع بهره‌مند شوند و بدین ترتیب توسعه یابند.<sup>۱</sup> از سوی دیگر، علی یزدانی، معاون وزیر صنایع و معادن (۱۳۸۴)، پراکندگی صنعتگران، عدم اقدام مؤثر در جهت بیمه صنعتگران صنایع دستی، فقدان حمایت مالی لازم از طریق سیستم بانکی، نامشخص بودن سهم صنایع دستی در تبصره‌های بودجه، فقدان آمار و اطلاعات مدون و دقیق، نگرش برخی مسئولان مبنی بر عدم بازدهی اقتصادی مطلوب صنایع دستی، در نظر نگرفتن معافیت کامل مالیاتی تولیدکنندگان و صادرکنندگان بخش صنایع دستی، و عدم بسته‌بندی مناسب را از مشکلات و چالش‌های صنایع دستی در ایران به شمار می‌آورد.<sup>۲</sup>

بنابر نظر رمضانی، دبیر کل اتاق تهران (۱۳۸۳)، به دلیل کم‌توجهی به سلیقه بازار مصرف، عدم بهره‌گیری از اطلاعات و دانش روز، و کاهش سهم صادرات فرش در جهان، تولید و صادرات صنعت فرش ایران در ردیف کشورهای متوسط قرار گرفته است. او بر این عقیده است که واگذاری مسئولیت سازمان فرش به بخش تعاون و یا بخش خصوصی به تحقق سیاست محوری دولت مبنی بر کاهش تصدی‌گری منجر می‌شود.<sup>۳</sup> این در حالی است که فیض‌الهی، رییس هیئت مدیره اتحادیه صنف صنایع دستی اصفهان (۱۳۸۳)، با بیان اینکه صنایع دستی بعد از پیروزی انقلاب با رکود شدیدی مواجه شده است، نبود مدیریت صحیح در این بخش را مهم‌ترین علت این رکود معرفی می‌کند. جلوگیری از صادرات صنایع دستی، ایجاد پیمان ارزی و تبدیل سازمان صنایع دستی به شرکت سهامی توسط دولت از جمله مشکلاتی است که باعث شده صنایع دستی اصفهان جایگاه اصلی خود را از دست دهد.<sup>۴</sup>

حسین امینی، کارشناس و یکی از فروشندگان صنایع دستی در تهران (۱۳۸۳)، بر این اعتقاد است که افزایش گردشگر موجب ارتقای این هنر - صنعت ملی می‌شود. بدین ترتیب، باید با افزایش مناسبات سیاسی ایران با کشورهای مختلف جهان هنر ایران را به جهانیان عرضه کرد. او بر این نظر است که دولت می‌تواند با ملزم کردن ادارات و سازمان‌های دولتی برای استفاده از صنایع دستی ایران به عنوان هدیه به مهمانان خارجی، گامی بلند در معرفی صنایع دستی ایران بردارد. به علاوه، وی مطرح می‌کند که مواد اولیه صنایع دستی گران شده است و این مورد لزوم حمایت دولت از تولیدکنندگان و فروشندگان را نشان می‌دهد. بنا بر نظر او، در صنف صنایع دستی به جهت فروش کم، افراد مجبور به دریافت وام هستند؛ ولیکن آنقدر در مسیر دریافت وام، مشکلات و موانع وجود دارد که افراد قادر نیستند از این تسهیلات استفاده کنند. این کارشناس، بیشتر خریداران صنایع دستی ایران را از کشورهای خاور دور به ویژه ژاپن و کشورهای اروپا و آمریکا می‌داند و لزوم آشنایی کشورهای عربی با بازار

۱. روزنامه آشتی مورخ ۱۳۸۴/۰۷/۲۷

۲. روزنامه توسعه مورخ ۱۳۸۴/۰۳/۱۰

۳. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۳/۱۰/۰۸

۴. روزنامه توسعه مورخ ۱۳۸۳/۰۷/۱۴

صنایع دستی ایران را متذکر می‌شود. البته او بر این نظر است که سرمایه‌گذاری برای حضور در کشورهای آسیای میانه به دلیل ناتوانی خرید آنان بی‌فایده است.<sup>۱</sup>

فزونی عرضه یا تولید بر تقاضا، افزایش تولید با کیفیت پایین و بدون توجه به سلاقی بازار، عدم تأمین مواد اولیه مرغوب، یکنواخت و تکراری بودن طرح‌های فرش ایران از دلایل کاهش صادرات فرش و صنایع دستی بوده است. کم‌اطلاعی از وضعیت رقبا، عدم قابلیت سفارش‌پذیری فرش ایران، ثابت ماندن حجم تجارت جهانی فرش در دو دهه اخیر از دیگر مواردی است که به عنوان دلایل کاهش صادرات فرش دست‌بافت ذکر می‌شود. هم‌چنین مشکلاتی مانند افزایش هزینه‌های حمل و نقل، نرخ بیمه، رکود اقتصادی جهان، عدم برخورداری از برخی سهمیه‌های تعرفه‌ای، عدم ثبت طرح‌ها و نقوش ایرانی و مشکلات مالکیت معنوی فرش نیز مزید بر علت هستند.<sup>۲</sup> بنابر نظر طاهرنژاد، مدیرعامل سازمان صنایع دستی ایران (۱۳۸۰)، افت کیفیت، بکارگیری مواد اولیه نامرغوب، عدم تمرکز در سیاست‌گذاری و سازماندهی، بی‌توجهی به وضع بازار و رقبا، و فقدان استراتژی تبلیغاتی از عمده‌ترین دلایل افت شدید صادرات صنایع دستی کشور است. به علاوه، بکارگیری روش‌های سنتی فروش و بنابراین باقی ماندن کالاها تا مدت‌های زیاد در بازارهای فروش و معطل ماندن سرمایه و زایل شدن سود، از دلایل دیگر ناکامی در صادرات صنایع دستی هستند. هم‌چنین او بر این نظر است که تعدد مراکز تصمیم‌گیری و وجود متولیان مختلف در این بخش، از عوامل اصلی بی‌توجهی به صنایع دستی است.<sup>۳</sup>

بر اساس بررسی‌های کارشناسی انجام شده در مرکز توسعه صادرات ایران (۱۳۸۰)، عمده صادرات صنایع دستی ایران، توسط نهادهای دولتی و نیمه‌خصوصی، از جمله سازمان صنایع دستی، جهاد سازندگی و کمیته امداد امام خمینی (ره) انجام می‌شود. بنابراین لازم است، بنگاه‌های خصوصی و تعاونی فعال در زمینه تولید و صدور این محصولات حمایت و تقویت شوند. در این گزارش، ضعف بنگاه‌های اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی، ناکارآمدی سازمان‌های متولی تولید در سیاست‌گذاری و حمایت از صنایع دستی، اطلاع‌رسانی ناقص به بازارهای جهانی، عدم حضور چشمگیر جهانگردان خارجی و وجود مشکلات گردشگری در ایران، عدم آشنایی تولیدکنندگان و بنگاه‌های بخش خصوصی و تعاونی به فرآیند صادرات، و عدم اطلاع کافی از سلیقه‌های مصرف‌کنندگان، از جمله تنگناهای موجود بر سر راه صادرات صنایع دستی کشور ذکر شده است. هم‌چنین، هزینه‌های سنگین شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، عدم تأمین مالی کارگران و هنرمندان این صنعت - هنر ملی، نبود اتحادیه و تشکل صادراتی در این بخش و کمبود نقدینگی کارگاه‌های موجود از دیگر معضلاتی است که در بخش صنایع دستی باید مورد توجه قرار گیرد. مواردی چون ضعف بسته‌بندی، افزایش قیمت تمام شده کالا، حمل و نقل گران و وجود کشورهای رقیب و پرتحرک در عرصه تجارت جهانی صنایع دستی می‌تواند بر روند رشد و توسعه این بخش اثر منفی داشته باشد.

۱. روزنامه اعتماد مورخ ۱۳۸۳/۰۳/۳۱

۲. روزنامه همبستگی مورخ ۱۳۸۲/۰۸/۱۴

۳. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۰/۰۸/۱۵

به علاوه، بنابر گزارش مرکز توسعه صادرات، تجربه دیگر کشورها نیز بیانگر آن است که در مقابل هر یک از عوامل بازدارنده، راه حلی منطقی و راهگشا وجود دارد که از جمله می‌توان به ایجاد بازارچه‌های اختصاصی صنایع دستی در سراسر کشور، فعال کردن غرفه‌های این محصولات در راینی‌ها، سفارتخانه‌ها و سایر اماکن متعلق به ایران در خارج از کشور، تشکیل شرکت سهامی عام صادراتی صنایع دستی و اطلاع‌رسانی اینترنتی از صنایع دستی ایران روی شبکه‌های تبلیغاتی اشاره کرد. هم‌چنین تأمین مواد اولیه هنرمندان این صنعت، ایجاد اتحادیه صادرکنندگان صنایع دستی و تشکیل صندوق غیردولتی بازاریابی و توسعه صادرات صنایع دستی راه‌کارهای مطلوبی برای افزایش صادرات این محصولات محسوب می‌شود. در این زمینه راه‌حل‌های دیگری چون ارایه وام‌های ارزان‌قیمت به تولیدکنندگان صنایع دستی، اجرای طرح‌های افزایش حضور جهانگردان در ایران، و حذف هزینه‌های دولتی مؤثر در قیمت تمام شده صنایع دستی نیز می‌تواند کارگشا باشد.<sup>۱</sup>

با توجه به گزارش خبری روزنامه اطلاعات، کسانی که به صورت پاره‌وقت به تولید صنایع دستی مبادرت می‌ورزند، اغلب کشاورز و ساکن روستا هستند و در واقع، فصلی بودن کار کشاورزی و هم‌چنین درآمد اندک حاصل از فعالیت در آن بخش، آنان را به سوی این صنعت سوق می‌دهد. به عبارت دیگر، با توجه به متوسط جمعیت خانوار، حدود نیمی از جمعیت ایران (مستقیم و غیرمستقیم) از درآمد حاصل از تولیدات دستی (هرچند اندک) برخوردار می‌شوند. هم‌چنین، این گونه مشغله‌ها موجب ماندگار شدن روستاییان و جلوگیری از مهاجرت آنان به شهرها می‌شود و تا حدود زیادی از مسائل و عوارض مسأله مهاجرت می‌کاهد. عدم وابستگی مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز برای تولیدات دستی از دیگر ویژگی‌های این "هنر-صنعت" است. به گفته کارشناسان بیش از ۸۰ درصد مواد و وسایل مورد نیاز تولیدات دستی در داخل تأمین می‌شود و این در حالی است که اینگونه تولیدات از ۷۵ درصد ارزش افزوده برخوردارند. میزان سرمایه مورد نیاز برای ایجاد اشتغال در این شاخه نیز، در مقایسه با تولید ماشینی بسیار ناچیز است.

هم‌چنین، بنابر این گزارش مطبوعاتی، آموزش و فراگیری در این شاخه از تولید، سهل و دست‌یافتنی‌تر از سایر صنایع است و بیشتر به صورت "استاد شاگردی" و "سینه به سینه" صورت می‌گیرد، و زمینه را برای ایجاد و گسترش آن آسان می‌سازد. کاربردی بودن مصنوعات دستی و یا حداقل چربیدن این جنبه بر وجوه تزئینی و تجملی، از دیگر محاسن و مزایای تولیدات دستی به حساب می‌آید، زیرا اکثر وسایل و کالاهای در گذشته‌های دور بنا به ضرورت و نیاز انسان‌ها به وجود آمده‌اند، تکامل یافته‌اند و امروز نیز می‌توانند در زندگی روزمره هر فرد کارآمد باشند. چنانچه ذهنیت‌ها و الگوی مصرف افراد اجازه دهد، می‌توانند میزان قابل توجهی از بار تقاضای جامعه را به دوش کشند و از ورود کالاهای ماشینی مشابه جلوگیری کنند.

این گزارش بر این نظر است که مهم‌ترین ویژگی صنایع دستی، که اغلب کارشناسان و صاحب‌نظران بدان اشاره می‌کنند، وجه فرهنگی و هنری آن است که در حقیقت عامل جذابیت و ماندگاری اینگونه تولیدات نیز هست. تبلیغات شایسته و مستمر در

۱. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۸۰/۰۴/۱۹

رسانه‌های کشورهای مختلف با استفاده از یک درصد دریافتی از کالاهای صادراتی و تلاش برای حفظ بازارهای موجود و دستیابی به بازارهای جدید در رونق و ادامه زندگی صنایع دستی مؤثر خواهد بود. پرداخت تسهیلات بانکی با بهره اندک و اقساط طویل‌المدت به صنعتگران و هنرمندان این رشته، تأمین مواد اولیه مناسب و کیفی و نظارت بر واردات مواد غیرکیفی، تضمین خرید کالاهای ساخته شده و اعطای پیش‌پرداخت به تولیدکننده، تربیت طراحان زبده و ترویج طرح‌ها و نقش‌های باب طبع و میل و سلیقه مشتریان، اشاعه فرهنگ مصرف تولیدات دستی در میان مردم ایران با کمک رسانه‌های جمعی، بیمه کردن دست‌اندرکاران و زحمتمکشان این رشته، برگزاری مسابقات داخلی و بین‌المللی بین هنرمندان هر یک از رشته‌های مربوطه و تلاش برای تدوین و اجرای استانداردهای مورد قبول و مطلوب برای تمام محصولات می‌تواند به پیشرفت و تعالی در رونق بازار تولیدات و تولیدکنندگان این رشته کمک کند.<sup>۱</sup>

در گزارش خبری دیگری در روزنامه اطلاعات، چنین مطرح می‌شود که در ایران و در همه سال‌های قبل، صنایع دستی هیچگاه از ثبات موقعیت تولید و بازار برخوردار نبوده است. کارشناسان در جستجوی یافتن علت، وضعیت موجود را نه صرفاً ناشی از بی‌ثباتی در مدیریت اجرایی و حضور فعال‌تر و پرمایه‌تر رقیبان در بازار جهانی می‌دانند، بلکه به اعتقاد آنان، بیش از همه اینها، که بی‌تأثیر در موقعیت کنونی صنایع دستی کشور نیست، دو عامل اساسی، یکی زاویه دید و نوع نگاه نسبت به صنایع دستی و دیگری عدم نوآوری و تغییر در صنایع دستی، رشد و توسعه صنایع دستی را تحت‌الشعاع قرار داده است.

بنابر این گزارش، در مورد عامل اول، در کشور ما از دیرباز همواره بحث و گفتگو از بود و نبود صنایع دستی بوده است. درآمد سرشار نفتی در همه این سال‌ها به عنوان تنها منبع درآمد آسان‌باب و در دسترس برای بسیاری از برنامه‌ریزان و متولیان امور توسعه اقتصادی، مجال اندیشیدن به درآمد ظاهراً ناچیز صنایع دستی را نداده است. در مورد عامل دوم، نوآوری در صنایع دستی نوعی سنت‌شکنی محسوب می‌شود و به همین دلیل مذموم و ناپسند جلوه می‌کند. به این ترتیب اصرار بر ثابت بودن فرم، طرح و نقش، و تکنیک کار، صنعتگران کشور را از بخش مهمی از بازار داخلی و خارجی محروم می‌سازد و شوق و تمایلی در بیننده و خریدار برنمی‌انگیزد.<sup>۲</sup>

در گزارش آخر نیز، منصور عبداللهی، سرپرست صنایع دستی استان چهارمحال و بختیاری (۱۳۶۸) بر این نظر است که گستردگی و پراکندگی تولیدات صنایع دستی این استان، کار رساندن امکانات و خدمات برای دست‌اندرکاران این حرفه را با مشکلاتی مواجه کرده است.<sup>۳</sup>

۱. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۷۶/۰۳/۲۱

۲. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۷۵/۰۲/۲۱

۳. روزنامه اطلاعات مورخ ۱۳۶۸/۰۸/۰۴



جدول ۲-۳ به طور خلاصه چالش‌های مطرح شده توسط هر یک از مسئولان، کارشناسان و هنرمندان صنایع دستی را نشان

می‌دهد.

جدول ۲-۳ خلاصه گزارش‌های مطبوعاتی در زمینه چالش‌های موجود در صنایع دستی

صاحب‌نظر	چالش‌های مطرح شده
۱ کیهان نوزاد <sup>۱</sup> (۱۳۹۳)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کیفیت پایین مواد به کار رفته در تولید صنایع دستی</li> <li>- عدم نوآوری در تولید کالاهای صنایع دستی</li> <li>- بسته‌بندی نامناسب کالاهای تولیدی دستی</li> </ul>
۲ اکبر صامتی <sup>۲</sup> (۱۳۹۳)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- خارج شدن برخی از رشته‌های صنایع دستی از گردونه مصرف به دلیل تغییر سبک زندگی</li> <li>- عدم به روز شدن صنایع دستی با نیاز جامعه امروز و در نتیجه عدم توانایی رقابت با نمونه‌های مشابه خود</li> </ul>
۳ کارشناس روزنامه کار و کارگر (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کپی محصولات صنایع دستی توسط چینی‌ها</li> <li>- رقابت قیمتی محصولات سایر کشورها از جمله چین، پاکستان، هندوستان، افغانستان و ایتالیا</li> <li>- متداول نبودن فرهنگ استفاده از هنر دستی ایرانی به جای کالاهای رقیب از جمله کالاهای چینی</li> </ul>
۴ نصراللهی <sup>۳</sup> (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود یک استراتژی و برنامه مدون برای صادرات از طرف نهادهای مربوط از قبیل سازمان توسعه تجارت، اتاق بازرگانی ایران و چین، و حتی رایزن فرهنگی اقتصادی سفارت ایران در چین</li> <li>- عدم آشنایی تجار ایران با بازار و فرهنگ چین (ضعف جایگاه آموزش در اقتصاد)</li> <li>- شرکت تجار ایرانی در نمایشگاه‌های غیرتخصصی و در نتیجه عدم موفقیت در فروش این کالاها یا در نهایت اقدام به ارزان‌فروشی در مواردی حتی ارزان‌تر از بازار ایران</li> <li>- عدم حمایت دولت از بخش خصوصی فعال ایرانی در زمینه صنایع دستی در چین</li> </ul>
۵ فیض‌اللهی <sup>۴</sup> (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم همکاری شفاف و منسجم گمرک ایران و سازمان میراث فرهنگی (بحث قاچاق کالاهای صنایع دستی به صورت مرزی)</li> </ul>
۶ شفاعیان <sup>۵</sup> (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم پشتیبانی تولیدکنندگان توسط نهادهای دولتی</li> <li>- عدم وجود تبلیغات مناسب در حوزه صنایع دستی</li> <li>- نبود بازار خوب برای فروش کالاهای صنایع دستی</li> <li>- مشکلات سرمایه‌ای هنرمندان صنایع دستی</li> <li>- کاهش توان اقتصادی مردم و متعاقب آن کاهش قدرت خرید مردم در زمینه کالاهای دستی</li> </ul>

۱. کارشناس و فعال بازار

۲. استاد قلمزنی در اصفهان

۳. فعال اقتصادی و کارآفرین

۴. رئیس اتحادیه صنایع دستی استان اصفهان

۵. کارشناس و فروشنده صنایع دستی

صاحب‌نظر		چالش‌های مطرح شده
۷	نامور مطلق <sup>۱</sup> (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود کاغذبازی و بوروکراسی اداری و عدم وجود قوانین تسهیل‌کننده در بحث جوایز صادراتی</li> <li>- نداشتن باورمندی میان مدیران مسئول در حوزه صنایع دستی</li> <li>- ضعف فرهنگ‌سازی در این حوزه</li> <li>- عدم اعطای وام کافی به هنرمندان برای تجهیز و به روز کردن کارگاه‌ها</li> <li>- عدم ارایه کمک‌های لازم به هنرمندان از قبیل استقرار آنها در شهرک‌هایی با حامل‌های انرژی ارزان‌تر</li> <li>- نبود آمار دقیق و مشخص از میزان صادرات صنایع دستی</li> <li>- ظهور رقبای قدرتمند مثل چین و هند در بازار فروش جهانی در این حوزه</li> <li>- معضلات صادرات چمدانی صنایع دستی به کشورهای اروپایی</li> </ul>
۸	سلطانی‌فر <sup>۲</sup> (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود مشکلات در زمینه گردشگری و کاهش خریداران خارجی صنایع دستی ایران به دلیل این مشکلات</li> </ul>
۹	نامور مطلق (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم رعایت قوانین جاری در حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم نظارت معاونت صنایع دستی روی صنوف، فروشگاه‌ها و بازارچه‌هایی با عنوان صنایع دستی که در آنها کاردستی یا محصولات ماشینی به جای صنایع دستی ایرانی فروخته می‌شوند.</li> </ul>
۱۰	نامور مطلق (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات مربوط به ضعف قانون در حوزه صنایع دستی</li> <li>- مشکلات اعتباری موجود در این حوزه</li> <li>- عدم ایجاد صنایع دستی دانش‌بنیان و کارگاه‌های تخصصی</li> </ul>
۱۱	نامور مطلق (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مسائل فرهنگی و کم‌کاری در حوزه صنایع دستی</li> <li>- نگاه مدیران به صنایع دستی به عنوان یک صنعت تزینی (عدم توجه به این صنعت به عنوان حل‌کننده مشکلات اشتغال، صادرات و ارزآوری)</li> <li>- نیاز به تبلیغات آگاهی‌بخش و حساسیت‌زا در میان رسانه‌ها در جهت ترویج صنایع دستی به عنوان صنعتی پاک‌دست</li> <li>- عدم توجه به انتقال مسئولیت صنایع دستی بدست بخش خصوصی و هنرمندان و تشکل‌های غیردولتی</li> </ul>
۱۲	علی بختیاری <sup>۳</sup> (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- افزایش هزینه‌های کارخانه‌های تولیدی صنایع دستی به ۸ برابر، بعد از هدفمندی یارانه‌ها (حتی در برخی موارد تعطیلی این کارخانجات)</li> </ul>
۱۳	نجفی <sup>۴</sup> (۱۳۹۲)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کمبود بودجه و مشکلات تأمین مالی در حوزه صنایع دستی</li> <li>- ضعف مدیریتی و فقدان برنامه‌ریزی منسجم و جامع در این حوزه</li> <li>- عدم آگاهی نسبت به اهمیت صنایع دستی و گردشگری در بدنه دولت و میان مردم</li> </ul>

۱. معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

۲. رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

۳. استاد نمونه شیشه‌گری دستی

۴. معاون رئیس‌جمهوری و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

چالش‌های مطرح شده	صاحب‌نظر
<p>- عدم توجه به بعد فرهنگی و اجتماعی صنایع دستی در انتقال باورها و اعتقادات اقوام مختلف ایرانی (انتقال فرهنگ گذشته به آینده)</p> <p>- استفاده‌های غیرقانونی از نوع طرح‌ها و نقش‌های ایرانی در محصولات وارداتی از کشورهای چین و هند</p> <p>- نبود امکانات حمایتی و متعاقب آن نبود مواد اولیه مرغوب در تولیدات فنی محصولات صنایع دستی</p> <p>- نبود آگاهی و هوشیاری مردم نسبت به اهمیت فرهنگی و هنری این گونه آثار و اشیا (گاه به دلیل ضعف در نوع طرح‌ها و نقش‌ها و گاه به دلیل تکراری بودن آن در ساخت)</p> <p>- تمایل خریداران به خرید صرف برخی اشیای دکوری صنایع دستی مردم بنا به قیمت‌های بالای محصولات تولیدی مرغوب و یا احیاناً نداشتن کیفیت برای بقیه محصولات صنایع دستی کاربردی و در نتیجه جلوگیری از توسعه و ترویج استفاده از این گونه آثار</p>	<p>۱۴ کارشناس روزنامه خراسان (۱۳۹۱)</p>
<p>- هجوم صنایع دستی چینی و خارجی به بازارهای کشور</p> <p>- قیمت تمام شده بالای کالاهای صنایع دستی</p> <p>- عدم تبلیغات کافی در حوزه شناساندن هنرهای بومی و دستی کشور</p>	<p>۱۵ کارشناس روزنامه جوان (۱۳۹۱)</p>
<p>- عدم توجه به مباحث بازاریابی و فراهم ساختن بازار عرضه محصولات دستی</p> <p>- عدم توجه به مبحث خصوصی‌سازی در حوزه صنایع دستی</p> <p>- عدم حمایت دولت از شرکت‌های تعاونی و اتحادیه‌های در حال فعالیت</p> <p>- عدم برنامه‌ریزی منسجم و منظم جهت برپایی نمایشگاه‌ها در استان‌های مختلف</p> <p>- مشکلات بیمه صنعتگران و هنرمندان حوزه صنایع دستی</p> <p>- عدم توجه به مستندنگاری ماندگاری و احیای رشته‌های هنرهای سنتی کشور</p> <p>- بی‌توجهی به احیای این رشته‌ها با تجهیز و راه‌اندازی کارگاه‌های تولیدی و آموزشی در استان‌ها</p> <p>- مشکلات در پرداخت تسهیلات بانکی در حوزه اشتغال‌خانی</p> <p>- عدم وجود بازارچه‌های صنایع دستی در مبادی ورودی و خروجی استان‌ها</p>	<p>۱۶ سبزه میدانی<sup>۱</sup> (۱۳۹۰)</p>
<p>- کمبود کارشناسان و ارزیابان متخصص و آشنا با حوزه صنایع دستی</p> <p>- کمبود سرمایه‌گذاری در امر بسته‌بندی محصولات صنایع دستی</p> <p>- سنتی بودن روند صادرات کشور در مقایسه با تجارت جهانی</p>	<p>۱۷ بالان<sup>۲</sup> (۱۳۹۰)</p>
<p>- وارد نشدن صنایع دستی در سند توسعه اشتغال و در نتیجه عدم امکان استفاده از برنامه‌ها و اعتبارات تعیین شده طبق سند</p>	<p>۱۸ محمدپور<sup>۳</sup> (۱۳۹۰)</p>

۱. مدیر کل دفتر آموزش و حمایت از تولید صنایع دستی کشور

۲. مدیر کل امور بازرگانی معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی

۳. مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مازندران

صاحب‌نظر		چالش‌های مطرح شده
۱۹	موسوی <sup>۱</sup> (۱۳۹۰)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به بحث آموزش‌های نوین در حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم استفاده نمادین از محصولات صنایع دستی (مثل شمول صنایع دستی در سبد جوایز بانک‌ها)</li> <li>- نبود بازارچه‌های مناسب برای فروش صنایع دستی</li> <li>- عدم توسعه تعاونی‌ها و اتحادیه‌های مختلف در حوزه صنایع دستی</li> <li>- مشکلات بیمه‌ای هنرمندان صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه به رویکرد معافیت مالیاتی و موارد مشابه برای تشویق فعالیت‌های بیشتر در این حوزه</li> </ul>
۲۰	اکبری <sup>۲</sup> (۱۳۹۰)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به تولید کالاهای صنایع دستی بر اساس استانداردها</li> <li>- عدم تأمین امنیت سرمایه‌گذاری در صنایع دستی</li> <li>- عدم تولید کالاهای متنوع متناسب با سلیقه روز</li> <li>- مشکلات در زمینه برگزاری و شرکت در نمایشگاه‌های مناسب</li> </ul>
۲۱	دانیالی <sup>۳</sup> (۱۳۹۰)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم بسترسازی مناسب فرهنگی در حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی ذیربط</li> <li>- عدم توسعه زیرساخت‌های لازم در توسعه صنایع دستی</li> <li>- نبود رویکرد مناسب نسبت به تبلیغات و بازاریابی در این حوزه</li> <li>- عدم حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه کالاهای صنایع دستی</li> <li>- هزینه سربار تولید بالا و در نتیجه بهای تمام شده بالای کالاهای صنایع دستی در مقایسه با رقبا</li> <li>- نبود دید کاربردی در حوزه صنایع دستی و به روزرسانی تولید</li> </ul>
۲۲	کارشناس روزنامه مردم‌سالاری (۱۳۸۹)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- گرانی مواد اولیه در تولید کالاهای صنایع دستی</li> <li>- هجوم کالاهای چینی به بازار ایران</li> </ul>
۲۳	نیکنام <sup>۴</sup> (۱۳۸۹)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود صرفه اقتصادی در برخی رشته‌های صنایع دستی و نگرانی در زمینه منسوخ شدن آنها (هزینه بالای تولید و در نتیجه افزایش قیمت تمام شده محصول و متعاقب آن افزایش قیمت کالا، و از طرف دیگر، اهمیت بسیار عامل قیمت در میان خریداران کالاهای صنایع دستی)</li> </ul>
۲۴	عابدی <sup>۵</sup> (۱۳۸۹)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توانایی رقابت قیمتی با محصولات وارداتی به خصوص کالاهای چینی</li> <li>- تنوع بسیار صنایع دستی وارداتی و عدم توجه به این مورد در میان تولیدکنندگان و هنرمندان - عدم حمایت از تولیدکنندگان داخلی و در نتیجه قیمت بالای محصولات صنایع دستی ایران</li> </ul>
۲۵	بالان (۱۳۸۹)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم برنامه‌ریزی مناسب به منظور ترویج و تبلیغ صنایع دستی در بازارهای داخلی و خارجی</li> </ul>

۱. معاون صنایع دستی استان خراسان رضوی

۲. کارشناس حوزه صنعت گردشگری

۳. معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

۴. استادکار صنایع دستی در بازار نقش جهان اصفهان

۵. کارشناس ارشد صنایع دستی

صاحب‌نظر		چالش‌های مطرح شده
۲۶	کارشناس روزنامه آرمان (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود امکانات و حمایت کافی از صنعت‌گران و تولیدکنندگان هنرهای سنتی</li> <li>- عدم تناسب بسیاری از محصولات صنایع دستی با نیازهای خانواده‌های ایرانی (به دلیل تولید با همان شیوه‌های سنتی و بدون در نظر گرفتن سلیقه مصرف‌کننده)</li> <li>- عدم توانایی در تولید محصولات با کیفیت با قیمت رقابتی</li> <li>- بسته‌بندی نامناسب کالاهای صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه به مباحث بازاریابی در عرصه‌های داخلی و خارجی</li> <li>- واردات صنایع دستی بی‌کیفیت خارجی</li> <li>- مباحث تسهیلاتی مربوط به حمل و نقل، بانک‌ها و قوانین گمرکی</li> <li>- عدم توجه به رویکردهای تخصصی در زمینه مقایسه آمار صادرات صنایع دستی ایران با آمار سایر کشورها</li> </ul>
۲۷	کیایی <sup>۱</sup> (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- پشت پرده بودن صنایع دستی و عدم نگاه منسجم و جامع به آن</li> <li>- عدم ثبت دقیق آمار صادرات و واردات به دلیل تعریف نشدن برخی اقلام صنایع دستی در گمرک، عتیقه محسوب شدن برخی آثار صنایع دستی، و صادرات چمدانی بخش عمده کالاهای صنایع دستی</li> </ul>
۲۸	صادرکننده صنایع دستی (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم اعطای تسهیلات در بخش حمل و نقل و گمرک</li> <li>- مشکل بیمه هنرمندان صنایع دستی (افزایش هزینه‌ها در تولید و کاهش امکان رقابت قیمتی)</li> </ul>
۲۹	دانیالی (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- فروش صنایع دستی خارجی در اماکن و ابنیه‌های تاریخی که مورد تایید یونسکو هستند، به طور مثال میدان نقش جهان (لازم به ذکر است در این زمینه دستوراتی به طور عملیاتی صادر شده است)</li> </ul>
۳۰	کارشناس روزنامه کیهان (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم بازنگرایی و اصلاح شیوه‌های کهنه در تولید کالاهای صنایع دستی (بحث کیفیت و قیمت)</li> <li>- عدم توجه به بخش بین‌المللی و صادرات صنایع دستی</li> <li>- عدم فعالیت تشکلهای غیردولتی و کارگاه‌ها و شرکت‌های خصوصی</li> <li>- فقدان بازارچه‌ها و شهرک‌های فروش صنایع دستی</li> <li>- عدم حمایت دولتی</li> </ul>
۳۱	کیایی (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم اصلاح روش‌های تولید صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه به شرایط بهداشتی کارگاه‌ها و امکانات تولیدی بهتر</li> <li>- عدم توجه به کاربردی کردن محصولات و تأمین نظر و سلیقه مشتریان (روش‌های طراحی با توجه به رنگ‌های مورد توجه مشتریان)</li> <li>- عدم تلاش در جهت کاهش هزینه‌ها و قیمت تمام شده تولیدات</li> <li>- عدم اصلاح روش‌های بازرگانی و بازاریابی محصولات</li> <li>- مشکل عدم وجود بازارچه‌های موقت فروش و شهرک‌های صنعتی</li> <li>- عدم توجه به پخش برنامه‌های مستند در زمینه صنایع دستی با هدف آشنایی بیشتر مردم و صنایع تولید با صنایع دستی</li> </ul>

۱. مدیر کل حمایت از تولید و بازرگانی معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

صاحب‌نظر		چالش‌های مطرح شده
۳۲	فیروزه <sup>۱</sup> (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- فقدان رویکرد دولتی در استفاده از کالاهای صنایع دستی در بخش‌های دولتی</li> <li>- عدم حمایت دولت نسبت به بخش خصوصی در زمینه صنایع دستی</li> </ul>
۳۳	هاتفی فارمد <sup>۲</sup> (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تنوع رشته‌ها در امر بسته‌بندی کالاهای صنایع دستی</li> <li>- بی‌توجهی هنرمندان به بازاریابی در این حوزه</li> <li>- بی‌تمایلی به نیازهای روز بازار و جلب نظر بازار جهانی</li> </ul>
۳۴	معاون صنایع دستی کشور (۱۳۸۸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود بسته‌بندی برای کالاهای تولید شده</li> <li>- عدم توجه به مباحث بازاریابی در حوزه کالاهای صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه هنرمندان به سلیقه بازار و هماهنگی هنرهای سنتی با اقتصاد نوین</li> </ul>
۳۵	کیایی (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات مربوط به تولید و پشتیبانی از تولید</li> <li>- عدم وجود رویکرد بازاریابی مناسب در این حوزه و توجه به شناسایی بازار</li> <li>- عدم توجه مناسب به برگزاری نمایشگاه‌ها برای عرضه صنایع دستی</li> <li>- مشکلات بسته‌بندی محصولات صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه و پشتیبانی مناسب از مقوله صادرات در این حوزه (مباحث مربوط به بانک‌ها، حمل و نقل و گمرک به عنوان زیرساخت‌های ضروری صادرات صنایع دستی)</li> <li>- مشکلات موجود در بحث تبلیغات به خصوص در گسترش بازارهای جهانی کالاهای صادراتی</li> <li>- عدم اطلاع‌رسانی تجاری مناسب به هنرمندان و صنعتگران فعال در این حوزه</li> <li>- عدم توجه کافی به حفظ بازارهای سنتی صادرات</li> <li>- عدم نگاه منسجم و یکپارچه‌سازی مدیریت رویدادهای تجاری و توجه به بخش صنایع دستی به عنوان یکی از بخش‌های مهم در ارتقای صنعت کشور و بهبود تراز بازرگانی</li> </ul>
۳۶	کیایی (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود سیستم اطلاعات آماری جامع در کشور</li> <li>- وجود برخی معضلات گمرکی در صادرات کالاهای صنایع دستی</li> </ul>
۳۷	کیایی (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکل کیفیت کالاهای صنایع دستی</li> <li>- عدم برقراری روابط تجاری دو جانبه و چندجانبه با سایر کشورها و حتی با سازمان‌ها و نهادهای خارجی یا بین‌المللی</li> <li>- عدم استفاده از ظرفیت‌های موجود و توان اتاق‌های بازرگانی مشترک، تشکلهای تجاری ایرانیان مقیم خارج به خصوص کشورهای اسلامی</li> </ul>
۳۸	هاتفی <sup>۳</sup> (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- خلا برپایی دوره‌های آموزش برای صادرکنندگان</li> <li>- فراهم نبودن امکان حضور تولیدکنندگان و صادرکنندگان فعال در نمایشگاه‌های خارجی</li> <li>- مشکلات جوایز صادراتی تولیدات صنایع دستی</li> </ul>

<sup>۱</sup>. فروشنده تولیدات صنایع دستی

<sup>۲</sup>. مدیر عامل یک شرکت تخصصی بازاریابی صنایع دستی

<sup>۳</sup>. معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور

صاحب‌نظر	چالش‌های مطرح شده
۳۹ آیار <sup>۱</sup> (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات مالی تولیدکنندگان صنایع دستی و عدم امکان انجام همزمان تولید، فروش داخلی و بازرگانی خارجی (عدم موفقیت واگذاری این بخش به شکل‌ها و اتحادیه‌های صنایع دستی)</li> </ul>
۴۰ بکایی <sup>۲</sup> (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مباحث مربوط به یارانه حمل و نقل و مشکلات مربوط به آن</li> <li>- عدم برنامه‌ریزی مناسب قانونی در مورد جوایز صادراتی صادرکنندگان صنایع دستی</li> </ul>
۴۱ دادخواه <sup>۳</sup> (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود واسطه‌های بسیار در فروش کالاهای صنایع دستی</li> <li>- عدم آشنایی کافی مردم با انواع هنرهای دستی و در نتیجه استقبال کم آنها از این هنرها</li> </ul>
۴۲ دلشاد راد <sup>۴</sup> (۱۳۸۷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود اتحادیه، انجمن یا تشکلی مناسب با قدرت کافی در جهت حل مشکلات هنرمندان</li> </ul>
۴۳ معاون صنایع دستی سازمان میراث اصفهان (۱۳۸۶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه هنرمندان به صادرات کالاهای دستی خود</li> <li>- مشکلات کیفیتی برخی تولیدات صنایع دستی و بسته بندی نامناسب و بی‌کیفیت</li> <li>- عدم آشنایی برخی هنرمندان با نحوه بازاریابی جهانی</li> </ul>
۴۴ ادیب <sup>۵</sup> (۱۳۸۶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- گران بودن مواد اولیه تولید به علت نبود بازار باثبات</li> <li>- نیاز به تبلیغات آگاهی‌بخش در زمینه صنایع دستی همچون نمونه پویانمایی‌های نیروی انتظامی در راستای فرهنگ‌سازی ترافیک از صدا و سیما</li> <li>- عدم رعایت استانداردهای جهانی برای ورود به بازارهای جهانی (مثلا تهیه بارکد و شناسنامه کالا)</li> <li>- عدم استانداردسازی کارگاه‌ها و شیوه‌های تولید</li> <li>- عدم آشنایی با تجارت جدید و درک شرایط رقابتی</li> <li>- مشکلات بسته‌بندی کالاهای صنایع دستی</li> <li>- مشکلات موجود در زمینه قیمت‌گذاری و بحث رقابت قیمتی در بازارهای داخلی و خارجی</li> </ul>
۴۵ آراین منش <sup>۶</sup> (۱۳۸۶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم تولید صنایع دستی با کیفیت مناسب و مطابق با نیازسنجی و سلیقه بازار هدف</li> <li>- نگاه حاشیه‌ای به صنایع دستی با وجود تأکید کارشناسان و نبود مدیریت کارآمد در این حوزه</li> <li>- گران بودن مواد اولیه برای تولید انواع صنایع دستی و در نتیجه کاهش تولید و کیفیت کالا</li> <li>- بازاریابی نامناسب محصولات صنایع دستی در داخل و خارج کشور</li> <li>- نبود نظام مناسب حمایتی از صنعتگران این حوزه</li> <li>- نبود کنترل بر واردات کالاهای خارجی نظیر کالاهای چینی</li> <li>- مشکلات بیمه‌ای و حمایت‌های رفاهی در این حوزه</li> <li>- عدم تدوین نظام جامع صنایع دستی با تعریف چشم‌انداز بلندمدت و برنامه‌های کوتاه‌مدت کشور</li> </ul>

<sup>۱</sup>. نماینده استانداری همدان

<sup>۲</sup>. معاون امور خارجه سازمان بازرگانی همدان

<sup>۳</sup>. متخصص نقاشی روی چرم و کارهای مرصع

<sup>۴</sup>. مدیر آموزشگاه طراحی دوخت سنتی

<sup>۵</sup>. معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

<sup>۶</sup>. نایب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی

چالش‌های مطرح شده	صاحب‌نظر
<p>- فقدان حمایت مادی و معنوی از صنایع دستی در داخل کشور</p> <p>- انتقال نیافتن دانش و تجربه این قبیل مهارت‌ها از پدران و استادان صاحب‌نام این فنون و هنرها به نسل حاضر</p> <p>- دلیل فقدان بازار فروش و عرضه محصولات تولیدی</p> <p>- نبود حمایت کافی مسئولان از کالاهای صنایع دستی</p> <p>- عدم توجه به توسعه تعاونی‌های صادرکنندگان صنایع دستی</p> <p>- فقدان نگاه فراتر از فروش سستی و توسعه و ترویج تجارت الکترونیک (با دید حذف واسطه‌های غیرضروری)</p> <p>- مشکل برپایی نمایشگاه‌های صنایع دستی داخلی و بین‌المللی</p> <p>- عدم تأسیس و راه‌اندازی وسیع بازارچه‌های صنایع دستی و ایجاد شهرک‌های صنایع دستی</p> <p>- مشکلات مربوط به آموزش و بکارگیری نیروهای جوان در بخش صنایع دستی</p> <p>- عدم نظارت بر نحوه ساخت و مراحل تولید صنایع دستی</p> <p>- عدم امکان تولید انبوه صنایع دستی به علت کاریر بودن آن و در نتیجه قیمت بالای آنها به دلیل مدت زمان بالای صرف شده برای تولید کالاهای دستی</p>	<p>۴۶ کارشناس روزنامه همبستگی (۱۳۸۶)</p>
<p>- وجود مشکلات عدیده در زمینه بسته‌بندی محصولات صنایع دستی</p>	<p>۴۷ هاتفی (۱۳۸۶)</p>
<p>- مشکلات موجود در طراحی محصولات صنایع دستی</p> <p>- مباحث کیفیتی کالاهای تولیدی دستی</p> <p>- مشکلات تأمین مواد اولیه ارزان و باکیفیت</p> <p>- عدم نوآوری و خلاقیت در فرآیند تولید</p> <p>- بسته‌بندی نامناسب کالاهای صنایع دستی</p> <p>- عدم استفاده از تکنیک‌های بازاریابی حرفه‌ای</p> <p>- مشکلات موجود در عدم استفاده از تبلیغات هدفمند و اثرگذار</p> <p>- عدم توانایی فروش محصولات صنایع دستی توسط تولیدکنندگان به دلیل ناآشنایی با بازارهای خارجی</p> <p>- وجود دلالتان و واسطه‌ها در جریان فروش کالاهای تولیدی صنایع دستی و در نتیجه افزایش قیمت آنها</p> <p>- عدم استفاده از شبکه اطلاع‌رسانی به ویژه اینترنت برای معرفی صنایع دستی</p> <p>- عدم استفاده از قابلیت فروش اینترنتی برای کالاهای تولیدی دستی</p> <p>- مشکلات سرمایه‌گذاری در رشته‌های گوناگون صنایع دستی</p> <p>- عدم آموزش مناسب هنرمندان و صنعتگران شاغل در بخش‌های مختلف برای تولید محصولات مطابق با سلیقه و ذوق مشتریان خارجی</p> <p>- عدم حمایت از صنعتگران و هنرمندان صنایع دستی از جمله مشکلات بیمه‌ای</p> <p>- عدم توجه به استانداردهای تولیدی از جمله بارکد دار کردن کالاهای صنایع دستی و شناسنامه‌دار کردن آنها</p>	<p>۴۸ کارشناس روزنامه کار و کارگر (۱۳۸۶)</p>



صاحب‌نظر	چالش‌های مطرح شده
۴۹ شاه‌میوه <sup>۱</sup> (۱۳۸۶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم ارزیابی سلیقه و نیاز سایر کشورها</li> <li>- فقدان توانایی و دانش هنرمند در زمینه بازاریابی و لزوم اعزام بازرگان و بازاریاب در کنار این هنرمندان به نمایشگاه‌ها</li> </ul>
۵۰ عابدی <sup>۲</sup> (۱۳۸۵)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم دسترسی به آمار و اطلاعات مؤثق و به هنگام و در نتیجه عدم امکان برنامه‌ریزی کامل و جامع</li> </ul>
۵۱ ریس کار گروه ترویج و احیای صنایع دستی (۱۳۸۵)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم برقراری ارتباط منطقی میان گروه‌های ذینفع در حوزه صنایع دستی</li> </ul>
۵۲ رحمتی <sup>۳</sup> (۱۳۸۵)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود مشکلات بسیار در حوزه بسته‌بندی صنایع دستی</li> </ul>
۵۳ محمدی <sup>۴</sup> (۱۳۸۴)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کاهش تقاضای جهانی نسبت به کالاهای صنایع دستی</li> <li>- ناتوانی رقابت صنایع دستی با شرایط بازارهای جهانی</li> <li>- نبود قوانین کافی حمایتی از بخش صنایع دستی</li> </ul>
۵۴ آراین‌منش (۱۳۸۴)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات جلب گردشگری و اثر آن بر فروش تولیدات صنایع دستی</li> </ul>
۵۵ برشان <sup>۵</sup> (۱۳۸۴)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به جلب گردشگران داخلی و خارجی به خصوص گردشگران خارجی به دلیل قدرت خرید بیشتر</li> </ul>
۵۶ فیض‌اللهی <sup>۶</sup> (۱۳۸۴)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم تبلیغات از سوی رسانه‌های گروهی</li> <li>- عدم برقراری ارتباط صنایع دستی با دانشگاه‌های داخلی و خارجی</li> <li>- عدم برنامه‌ریزی دقیق در حوزه بین‌المللی (از جمله ایجاد دفاتر بین‌المللی در سازمان صنایع دستی برای ارتباط با سفارتخانه‌های دنیا و معرفی صنایع دستی)</li> <li>- عدم استفاده از تجارت الکترونیک برای ارایه کالاهای صنایع دستی</li> <li>- عدم آموزش مناسب برای شناسایی، بازاریابی و تبلیغات در حوزه صنایع دستی</li> </ul>
۵۷ هاشمی <sup>۷</sup> (۱۳۸۴)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم برنامه‌ریزی منسجم در زمینه ایجاد شهرک‌های صنعتی صنایع دستی به جهت بهره‌مندی از امکانات و منابع مالی این صنایع و توسعه آن</li> </ul>

۱. مشاور اتحادیه تولیدکنندگان صنایع دستی اصفهان

۲. رئیس کارگروه اقتصادی و اجتماعی صنایع دستی

۳. رئیس کارگروه بسته‌بندی

۴. رئیس سازمان بازرگانی استان مرکزی

۵. دبیر اجرایی خانه کارگر استان اصفهان

۶. رئیس اتحادیه صنایع دستی استان اصفهان

۷. نماینده مردم میانه و نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی

چالش‌های مطرح شده	صاحب‌نظر
<ul style="list-style-type: none"> <li>- پراکندگی صنعتگران حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم اقدام مؤثر در جهت بیمه صنعتگران صنایع دستی</li> <li>- فقدان حمایت مالی لازم از طریق سیستم بانکی</li> <li>- نامشخص بودن سهم صنایع دستی در تبصره‌های بودجه به دلیل عدم وجود نگاه اصولی به این صنعت</li> <li>- فقدان آمار و اطلاعات مدون و دقیق در حوزه صنایع دستی و در نتیجه عدم امکان برنامه‌ریزی سنجیده</li> <li>- نگرش برخی مسئولان مبنی بر عدم بازدهی اقتصادی مطلوب صنایع دستی و نگاه تفننی و غیرجدی به این هنر-صنعت</li> <li>- در نظر نگرفتن معافیت کامل مالیاتی تولیدکنندگان و صادرکنندگان بخش صنایع دستی به عنوان مشوق</li> <li>- عدم بسته‌بندی مناسب کالاهای صنایع دستی</li> </ul>	۵۸ یزدانی <sup>۱</sup> (۱۳۸۴)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- کم‌توجهی به سلیقه بازار مصرف داخلی و خارجی و نیازهای امروز بازار به دلیل نگاه صرفاً سنتی به برخی رشته‌ها</li> <li>- عدم بهره‌گیری از اطلاعات و دانش روز</li> <li>- کاهش سهم صادرات صنایع دستی در جهان</li> <li>- عدم واگذاری مسئولیت صنایع دستی به بخش تعاون و یا بخش خصوصی در راستای سیاست محوری دولت مبنی بر کاهش تصدی‌گری</li> </ul>	۵۹ رضائی <sup>۲</sup> (۱۳۸۳)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود مدیریت صحیح در بخش صنایع دستی</li> <li>- مشکلات موجود در مسیر صادرات صنایع دستی</li> </ul>	۶۰ فیض‌الهی <sup>۳</sup> (۱۳۸۳)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات جلب گردشگر در کشور</li> <li>- عدم برنامه‌ریزی دولت در استفاده نمادین از کالاهای صنایع دستی (به طور مثال در ادارات و سازمان‌های دولتی، و یا به عنوان هدیه به مهمانان خارجی)</li> <li>- گران شدن مواد اولیه صنایع دستی</li> <li>- مشکلات تأمین مالی و دریافت وام برای استفاده از تسهیلات بانکی به منظور بهبود وضعیت تولید و فروش</li> <li>- عدم توجه به شناسایی بازارهای جهانی جهت فروش کالاهای صنایع دستی در سطح بین‌المللی و حتی جهانی</li> </ul>	۶۱ حسین‌امینی <sup>۴</sup> (۱۳۸۳)

<sup>۱</sup>. معاون وزیر صنایع و معادن

<sup>۲</sup>. دبیر کل اتاق تهران

<sup>۳</sup>. رئیس هیئت مدیره اتحادیه صنف صنایع دستی اصفهان

<sup>۴</sup>. کارشناس و فروشنده صنایع دستی در تهران

چالش‌های مطرح شده	صاحب‌نظر
<ul style="list-style-type: none"> <li>- فزونی بودن عرضه یا تولید بر تقاضا</li> <li>- افزایش تولید با کیفیت پایین و بدون توجه به سلاقی بازار</li> <li>- عدم تأمین مواد اولیه مرغوب برای تولید کالاهای دستی</li> <li>- تکراری بودن طرح‌های صنایع دستی</li> <li>- کم‌اطلاعی از وضعیت رقبا</li> <li>- ثابت ماندن حجم تجارت جهانی صنایع دستی در دو دهه اخیر</li> <li>- افزایش هزینه‌های حمل و نقل</li> <li>- مشکلات بیمه‌ای</li> <li>- رکود اقتصادی جهان</li> <li>- عدم برخورداری از برخی سهمیه‌های تعرفه‌ای</li> <li>- عدم ثبت طرح‌ها و نقوش ایرانی و مشکلات مالکیت معنوی آثار ایرانی</li> </ul>	<p>۶۲</p> <p>کارشناس روزنامه همبستگی (۱۳۸۲)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم حمایت بنگاه‌های خصوصی و شرکت‌های تعاونی فعال در زمینه تولید و صدور محصولات صنایع دستی</li> <li>- ضعف بنگاه‌های اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی در حوزه صنایع دستی</li> <li>- ناکارآمدی سازمان‌های متولی تولید در سیاست‌گذاری و حمایت از صنایع دستی</li> <li>- اطلاع‌رسانی ناقص به بازارهای جهانی</li> <li>- عدم حضور چشمگیر جهانگردان خارجی و وجود مشکلات گردشگری در ایران</li> <li>- عدم آشنایی تولیدکنندگان و بنگاه‌های بخش خصوصی و تعاونی به فرآیند صادرات و عدم اطلاع کافی از سلیقه‌های مصرف‌کنندگان</li> <li>- هزینه‌های سنگین شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی در حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم تأمین مالی کارگران و هنرمندان این صنعت</li> <li>- هنر ملی و کمبود نقدینگی کارگاه‌های موجود</li> <li>- نبود اتحادیه و تشکل صادراتی در این بخش</li> <li>- ضعف بسته‌بندی کالاهای تولیدی صنایع دستی</li> <li>- افزایش قیمت تمام شده کالاها و حمل و نقل گران</li> <li>- وجود کشورهای رقیب و پرتحرک در عرصه تجارت جهانی صنایع دستی</li> <li>- عدم وجود بازارچه‌های اختصاصی صنایع دستی در سطحی وسیع در سراسر کشور</li> <li>- فعال نبودن غرفه‌های این محصولات در راینی‌ها، سفارتخانه‌ها و سایر اماکن متعلق به ایران در خارج از کشور</li> <li>- عدم اطلاع‌رسانی اینترنتی از صنایع دستی ایران روی شبکه‌های تبلیغاتی</li> <li>- عدم دسترسی مناسب به مواد اولیه مورد نیاز برای تولید کالاهای صنایع دستی</li> <li>- وجود مشکلات در جذب گردشگران و در نتیجه کاهش فروش به خریداران خارجی</li> <li>- مشکلات در دریافت اعتبارات و تسهیلات بانکی توسط هنرمندان و صنعتگران این حوزه</li> <li>- عدم حذف هزینه‌های دولتی مؤثر در قیمت تمام شده صنایع دستی</li> </ul>	<p>۶۳</p> <p>بررسی‌های کارشناسی انجام شده در مرکز توسعه صادرات ایران (۱۳۸۰)</p>

چالش‌های مطرح شده	صاحب‌نظر
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به کیفیت کالاهای صنایع دستی</li> <li>- بکارگیری مواد اولیه نامرغوب در تولید کالاهای دستی</li> <li>- عدم تمرکز در سیاستگذاری و سازماندهی در حوزه صنایع دستی</li> <li>- بی‌توجهی به وضع بازار و رقبای فعال در این حوزه</li> <li>- فقدان استراتژی تبلیغاتی در این حوزه</li> <li>- بکارگیری روش‌های سنتی فروش و بنابراین باقی ماندن کالاها تا مدت‌های زیاد در بازارهای فروش (در نتیجه معطل ماندن سرمایه و زایل شدن سود)</li> <li>- تعدد مراکز تصمیم‌گیری و وجود متولیان مختلف در این بخش</li> </ul>	۶۴ طاهر نژاد <sup>۱</sup> (۱۳۸۰)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به تبلیغات در رسانه‌ها در جهت آگاهی و جلب نظر مردم در زمینه کالاهای صنایع دستی</li> <li>- مشکلات تأمین مالی هنرمندان و کسب تسهیلات بانکی لازم در حوزه صنایع دستی</li> <li>- مشکلات در تأمین مواد اولیه مناسب و کیفی و عدم نظارت بر واردات مواد غیرکیفی</li> <li>- عدم تضمین خرید کالاهای ساخته شده و اعطای پیش‌پرداخت به تولیدکننده</li> <li>- مشکلات آموزشی و تربیت طراحان زبده</li> <li>- عدم توجه به طرح‌ها و نقش‌های باب طبع و میل و سلیقه مشتریان</li> <li>- عدم توجه به اشاعه فرهنگ مصرف تولیدات دستی در میان مردم با کمک رسانه‌های جمعی</li> <li>- مشکلات بیمه هنرمندان و صنعتگران حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم تدوین و اجرای استانداردهای مورد قبول و مطلوب برای تمام محصولات صنایع دستی</li> </ul>	۶۵ کارشناس روزنامه اطلاعات (۱۳۷۶)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- زاویه دید و نوع نگاه حاشیه‌ای نسبت به صنایع دستی</li> <li>- عدم نوآوری و تغییر در صنایع دستی منطبق با شرایط روز امروز جامعه (اصرار به ثابت بودن فرم، طرح، نقش و تکنیک کار)</li> <li>- بی‌ثباتی در مدیریت اجرایی سازمان‌های مرتبط در حوزه صنایع دستی در طی سال‌های متوالی</li> <li>- حضور فعال‌تر و پردامنه‌تر رقبایان در بازار جهانی صنایع دستی</li> </ul>	۶۶ کارشناس روزنامه اطلاعات (۱۳۷۵)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- گستردگی و پراکندگی تولیدات صنایع دستی و در نتیجه مشکل در ارسال امکانات و خدمات برای فعالان این حرفه</li> </ul>	۶۷ عبداللهی <sup>۲</sup> (۱۳۶۸)

همان‌طور که در جدول ۲-۳ مشاهده می‌شود، هر یک از مسئولان، هنرمندان و کارشناسان به بخشی از موانع موجود اشاره می‌کنند. ولیکن در این زمینه، مشابتهای فراوانی میان چالش‌های مطرح شده مشاهده می‌شود. به طوری‌که می‌توان چنین استنباط کرد که در مجموع، موارد خاصی بارها از زبان صاحب‌نظران از زاویه‌های مختلف اشاره می‌شود.

<sup>۱</sup>. مدیرعامل سازمان صنایع دستی ایران

<sup>۲</sup>. سرپرست صنایع دستی استان چهارمحال و بختیاری

به طور کلی نتایج بررسی‌ها حاکی از آن است که بیشتر صاحب‌نظران مواردی را مورد توجه قرار می‌دهند که عبارتند از: کیفیت، قیمت و در دسترس بودن مواد اولیه برای تولید صنایع دستی، بحث نوآوری در تولیدات و به روز رسانی محصولات با توجه به تغییرات در سلیقه و سبک زندگی مصرف‌کنندگان، ویژگی‌های زیبایی‌شناختی بسته‌بندی و هم‌چنین تناسب آن با ویژگی‌های محصولات صنایع دستی، بحث نبود برنامه و یا استراتژی مدون از طریق دولت یا هر مرکز مسئول چه از بعد داخلی و چه از دید بین‌المللی به خصوص مقوله صادرات، مباحث اطلاعاتی و آموزشی از قبیل آشنایی با تکنیک‌ها و فرآیند تولید و فروش، و مهم‌تر از همه شناخت بازارهای داخلی و خارجی، بحث شرکت هنرمندان و صنعتگران در نمایشگاه‌های غیرتخصصی (از روی ناچاری) به جهت فروش محصولات خود حتی به قیمتی بسیار ارزان، مشکلات مربوط به فقدان حمایت دولتی از بخش‌های خصوصی و فعالان این حوزه، عدم همکاری میان‌سازمانی جهت بهبود شرایط حاکم بر صنایع دستی از جمله عدم وجود هماهنگی مناسب میان گمرک و سازمان میراث فرهنگی به منظور کسب اطلاعات لازم و جلوگیری از قاچاق مرزی، عدم توانایی هنرمندان و صنعت‌گران به منظور رقابت قیمتی در بازار جهانی به دلیل هزینه‌های بالای تولید، عدم توجه به استفاده نمادین از صنایع دستی در جهت آشنایی و ترویج این هنر-صنعت، چه در بازار داخلی و چه بازار جهانی، عدم ترویج فرهنگ استفاده از هنر دستی در زندگی روزمره مردم به جای کالاهای رقیب.

به‌علاوه، با نگاهی دقیق به مباحث مطرح شده می‌توان چنین استنباط کرد که مباحث تبلیغاتی، چه آگاهی‌بخش و چه ترغیب‌کننده، در سطح داخلی و خارجی؛ مشکلات سرمایه‌ای هنرمندان و صنعتگران و نبود اعتبارات و تسهیلات حمایتی لازم؛ مباحث مربوط به اقتصاد داخلی و بین‌المللی و کاهش قدرت خرید مردم؛ وجود قوانین اداری و دیوان‌سالاری گسترده در بحث جوایز صادراتی؛ عدم وجود خودباوری در میان مدیران مسئول و در نتیجه فرهنگ‌سازی ضعیف استفاده از صنایع دستی ایرانی؛ عدم وجود اطلاعات آماری لازم برای برنامه‌ریزی، معضلات مربوط به صادرات چمدانی و متداول شدن آن در طول زمان؛ مشکلات موجود در گردشگری و در نتیجه کاهش خریداران خارجی محصولات صنایع دستی؛ عدم رعایت قوانین خوب تصویب شده؛ عدم نظارت بر فروشگاه‌ها و بازارچه‌های مختلف داخلی؛ ضعف قانونی موجود در این حوزه و عدم توجه به مباحث روز به خصوص در زمینه صنایع دستی دانش‌بنیان و کارگاه‌های تخصصی، جزو دغدغه‌های این صاحب‌نظران به شمار می‌روند.

هم‌چنین، نگاه محدود به صنایع دستی و در نظرگرفتن صنایع دستی به عنوان صنعت تزئینی، عدم توجه به اثرات مثبت خصوصی‌سازی و کاهش تصدی‌گری دولتی، مباحث مربوط به ضعف مدیریتی در طی سالیان گذشته و در نتیجه نبود برنامه‌ای مدون و جامع در زمینه توسعه صنایع دستی، مشکلات مربوط به استفاده‌های غیرقانونی از نوع طرح‌ها و نقش‌های ایرانی توسط شرکت‌های رقیب و به نوعی کپی کردن محصولات ایرانی به دلیل فقدان قانون مالکیت معنوی، عدم توجه به مباحث بازاریابی در حوزه صنایع دستی و استفاده از رویکردهای نوین و تخصصی شناخت و ارزیابی بازار در این حوزه، مشکلات مربوط به تشکلهای و شرکت‌های تعاونی، مشکلات بیمه‌ای و مباحث مالیاتی، عدم توجه به مستندنگاری هنرها در جهت احیای رشته‌های مختلف، مشکلات مربوط به شرایط بهداشتی و تولیدی کارگاه‌ها و عدم تجهیز آنها، عدم توجه به رویکردهای نوین صادراتی

و سستی بودن روند صادرات کشور، و فقدان توجه به تولید کالاها بر اساس استانداردهای لازم از جمله چالش‌های مطرح شده است.

در ادامه، مواردی از قبیل مشکلات در زمینه زیرساخت‌های لازم در توسعه صنایع دستی، نبود دید کاربردی به حوزه صنایع دستی، تنوع بسیار بالای صنایع دستی وارداتی و در مقابل نگاه سنتی به صنایع دستی داخلی، مباحث تسهیلاتی از قبیل حمل و نقل و قوانین گمرکی، عدم توجه کافی به حفظ بازارهای سنتی صادرات، عدم استفاده از ظرفیت‌های موجود در تشکلهای اتاق‌های مشترک، مشکلات برپایی دوره‌های آموزشی، مشکلات مربوط به جوایز صادراتی، مشکلات مربوط به حضور واسطه‌های اضافی، فقدان توانایی و دانش هنرمند در زمینه بازاریابی و فروش، نبود نگاهی فراتر از فروش سنتی و عدم ضرورت فروش اینترنتی و تجارت الکترونیک در حوزه صنایع دستی، نبود کنترل بر واردات کالاهای خارجی، عدم برقراری ارتباط صحیح و مناسب میان صنایع دستی با دانشگاه‌های داخلی و خارجی، پراکندگی صنعتگران حوزه صنایع دستی، تعدد مراکز تصمیم‌گیری و وجود متولیان مختلف در این بخش، ناکارآمدی سازمان‌های متولی تولید در سیاست‌گذاری و حمایت از صنایع دستی نیز مورد توجه قرار می‌گیرند.

با توجه به مؤلفه‌های مطرح شده در گزارش‌های مطبوعاتی، می‌توان در مجموع به گروه‌های عوامل اشاره کرد (جدول ۲-۳). به طور کلی مسئولان و صاحب‌نظران در طی سالیان مختلف (۱۳۶۸ تا ۱۳۹۳) در مجموع به ۲۳ عامل توجه داشته‌اند که این عوامل در دوره‌های مختلف زمانی همچنان به عنوان دغدغه اساسی مطرح شده‌اند. این عوامل بدین شرح هستند: مواد اولیه، تولید، محصول، برنامه و استراتژی مدون، اطلاع‌رسانی و آموزش، حمایت و پشتیبانی دولتی، همکاری میان نهادهای ذیربط، مالکیت معنوی، فرهنگ، قیمت‌گذاری، تبلیغات و بازاریابی، بازار و مکان فروش، تأمین مالی و سرمایه، شرایط اقتصادی (داخلی و خارجی)، قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی، بحث رقابت، گردشگری (داخلی و خارجی)، خصوصی‌سازی، مدیریت، تشکلهای و تعاونی‌ها، نمایشگاه‌ها، زیرساخت‌های توسعه صنایع دستی و واسطه‌های فروش. جدول ۲-۴، گروه مؤلفه‌های مطرح شده را نشان می‌دهد.

جدول ۲-۴ گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده در گزارش مطبوعاتی

گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۱	مواد اولیه	- کیفیت نامناسب
		- قیمت بالا
		- بازار بی‌ثبات مواد اولیه
		- مشکل تأمین مواد اولیه ارزان و باکیفیت
		- عدم دسترسی مناسب به مواد اولیه مورد نیاز
۲	مالکیت معنوی	- کپی محصولات ایرانی
		- استفاده غیرقانونی از طرح‌ها و نقش‌های ایرانی
		- نیاز به ثبت طرح‌ها و نقوش ایرانی

گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۳	تولید	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم نوآوری و خلاقیت فرآیندی</li> <li>- بسته‌بندی نامناسب</li> <li>- هزینه‌های بالای کارخانه‌های تولیدی</li> <li>- قیمت تمام شده بالا</li> <li>- عدم توجه به تولید بر اساس استانداردها</li> <li>- هزینه سربار بالا</li> <li>- ناتوانی در تولید محصولات با کیفیت و قیمت رقابتی</li> <li>- عدم اصلاح روش‌های تولید صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه به شرایط بهداشتی کارگاه‌ها</li> <li>- نیاز به تنوع رشته‌ها در امر بسته‌بندی</li> <li>- نیاز به توجه به بخش پشتیبانی از تولید</li> <li>- عدم استانداردسازی کارگاه‌ها و شیوه‌های تولید</li> <li>- عدم نظارت بر نحوه ساخت و مراحل تولید</li> <li>- کاهش تولید و کیفیت کالا به جهت گرانی مواد اولیه</li> </ul>
۴	محصول	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بی‌توجهی در به روز رسانی محصولات با توجه به سلیقه بازار مصرف داخلی و خارجی</li> <li>- مشکل کیفیت محصولات</li> <li>- منسوخ شدن برخی رشته‌های صنایع دستی</li> <li>- تکراری بودن طرح‌های و نقش‌های بکار رفته</li> <li>- سنتی بودن روند صادرات در مقایسه با تجارت جهانی</li> <li>- نداشتن دید کاربردی</li> <li>- نیاز به هماهنگی با اقتصاد نوین</li> <li>- عدم رعایت استانداردهای جهانی در ورود به بازارهای جهانی (مانند بارکد و شناسنامه کالا)</li> <li>- مشکل طراحی محصولات</li> <li>- اصرار به ثابت بودن فرم، طرح، نقش و تکنیک کار</li> </ul>
۵	بازار و مکان فروش	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بازار فروش داخلی نامناسب</li> <li>- نبود بازارچه‌ها در مبادی ورودی و خروجی استان‌ها</li> <li>- نیاز به ایجاد شهرک‌های فروش صنایع دستی</li> <li>- نبود بازارچه‌های موقت فروش</li> <li>- نبود نگاه فراتر از فروش سنتی و استفاده از تجارت الکترونیک</li> <li>- عدم وجود بازارچه‌های اختصاصی صنایع دستی در سطحی وسیع</li> <li>- عدم فعالیت غرفه‌های این محصولات در ریزنی‌ها، سفارتخانه‌ها و سایر اماکن متعلق به ایران در خارج از کشور</li> </ul>

مؤلفه‌های مطرح شده	گروه عوامل
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به استراتژی و برنامه صادراتی از سوی نهادهای مسئول</li> <li>- نبود برنامه‌ریزی منسجم و جامع</li> <li>- نبود برنامه‌ریزی جهت برپایی نمایشگاه‌ها</li> <li>- عدم شمول صنایع دستی در سند توسعه اشتغال و در نتیجه عدم استفاده از برنامه‌ها و اعتبارات تعیین شده طبق سند</li> <li>- نیاز به برنامه‌ریزی ترویج و تبلیغ صنایع دستی در داخل و خارج کشور</li> <li>- نیاز به تدوین نظام جامع صنایع دستی به تعریف چشم‌انداز بلندمدت و برنامه‌های کوتاه‌مدت کشور در این حوزه</li> <li>- عدم برنامه‌ریزی دقیق در حوزه بین‌الملل (مانند ایجاد دفاتر بین‌الملل)</li> <li>- عدم برنامه‌ریزی در ایجاد شهرک‌های صنعتی جهت بهره‌مندی از امکانات و منابع مالی این حوزه و توسعه آن</li> <li>- مشخص نبودن سهم صنایع دستی در تبصره‌های بودجه</li> <li>- عدم تدوین و اجرای استانداردهای مورد قبول و مطلوب برای تمام محصولات صنایع دستی</li> </ul>	<p>۶</p> <p>برنامه و استراتژی مدون</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تبلیغات نامناسب</li> <li>- نیاز به تبلیغات آگاهی بخش و حساسیت‌زا در رسانه‌ها (مانند نمونه پویانمایی‌های نیروی انتظامی)</li> <li>- نیاز به تبلیغات جهت شناساندن هنرهای بومی و دستی</li> <li>- رویکرد نامناسب نسبت به تبلیغات و بازاریابی در داخل و خارج کشور</li> <li>- عدم اصلاح روش‌های بازرگانی و بازاریابی محصولات</li> <li>- عدم توجه هنرمندان به بازاریابی در این حوزه</li> <li>- عدم توجه به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی</li> <li>- نیاز به تبلیغات جهت گسترش بازارهای جهانی کالاهای صادراتی</li> <li>- عدم توجه به حفظ بازارهای سنتی صادرات</li> <li>- عدم آشنایی هنرمندان با نحوه بازاریابی جهانی</li> <li>- نیاز به ارزیابی سلیقه و نیاز سایر کشورها</li> <li>- نیاز به اعزام بازرگان و بازاریاب در کنار هنرمندان به نمایشگاه‌ها (فقدان توانایی و دانش هنرمندان در این زمینه)</li> <li>- عدم استفاده از تکنیک‌های بازاریابی حرفه‌ای</li> <li>- عدم استفاده از تبلیغات هدفمند و اثرگذار</li> <li>- عدم استفاده از شبکه‌های اطلاع‌رسانی به ویژه اینترنت برای معرفی صنایع دستی و آشنایی بیشتر با این هنر-صنعت</li> <li>- نیاز به تبلیغات از سوی رسانه‌های گروهی</li> <li>- اهمیت استراتژی تبلیغاتی در این حوزه</li> </ul>	<p>۷</p> <p>تبلیغات و بازاریابی</p>



مؤلفه‌های مطرح شده	گروه عوامل
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم اطلاع‌رسانی و آموزش صادرات در شناسایی بازارهای خارجی</li> <li>- عدم اطلاع‌رسانی تجاری در زمینه نمایشگاه‌های تخصصی</li> <li>- نبود آمار دقیق و مشخص صادرات</li> <li>- عدم توجه به صنایع دستی دانش‌بنیان و کارگاه‌های تخصصی</li> <li>- نیاز به احیای رشته‌های در حال نسخ با تجهیز و راه‌اندازی کارگاه‌ها</li> <li>- نیاز به استفاده از کارشناسان و ارزیابان متخصص و آشنا</li> <li>- عدم توجه به آموزش‌های نوین در این حوزه</li> <li>- نیاز به رویکردهای تخصصی مقایسه آمار صادرات با سایر کشورها</li> <li>- نیاز به ثبت دقیق آمار با تعریف برخی اقلام تعریف نشده در گمرک (عتیقه محسوب شدن برخی)</li> <li>- عدم پخش برنامه‌های مستند با هدف آشنایی بیشتر با صنایع دستی</li> <li>- نبود آشنایی با تجارت جدید</li> <li>- نبود سیستم جامع اطلاعات آماری</li> <li>- نیاز به برپایی دوره‌های آموزش برای صادرکنندگان</li> <li>- عدم توجه هنرمندان به صادرات کالاهای خود</li> <li>- نیاز به انتقال دانش و تجربه مهارت‌ها از پدران و استادان به نسل حاضر</li> <li>- مشکلات آموزش و بکارگیری نیروهای جوان در این بخش</li> <li>- نیاز به آموزش مناسب هنرمندان و صنعتگران برای تولید مطابق سلیقه مشتریان خارجی</li> <li>- نبود آموزش مناسب برای شناسایی، بازاریابی و تبلیغات در این حوزه</li> <li>- عدم بهره‌گیری از اطلاعات و دانش روز</li> <li>- اطلاع‌رسانی ناقص به بازارهای جهانی</li> <li>- عدم آشنایی با فرآیند صادرات و سلیقه‌های مصرف کنندگان</li> <li>- مشکلات آموزشی و تربیت طراحان زبده</li> </ul>	<p>۸</p> <p>اطلاع‌رسانی و آموزش</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم حمایت از تولیدکنندگان فعال بخش خصوصی</li> <li>- عدم حمایت از شرکت‌های تعاونی و اتحادیه‌های در حال فعالیت</li> <li>- نبود حمایت بیمه‌ای صنعتگران و هنرمندان</li> <li>- عدم حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی</li> <li>- نبود نظام حمایتی مناسب از صنعتگران</li> <li>- نیاز به حمایت‌های رفاهی در این حوزه</li> </ul>	<p>۹</p> <p>حمایت و پشتیبانی دولتی</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم همکاری گمرک و سازمان میراث فرهنگی (بحث قاچاق)</li> <li>- نبود هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی ذیربط</li> <li>- نیاز به ارتباط منطقی میان گروه‌های ذینفع در این حوزه</li> <li>- نیاز به ارتباط صنایع دستی با دانشگاه‌های داخلی و خارجی</li> </ul>	<p>۱۰</p> <p>همکاری میان نهادهای ذیربط</p>

مؤلفه‌های مطرح شده	گروه عوامل
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم اشاعه فرهنگ استفاده از صنایع دستی (در بدنه دولت و میان مردم) با کمک رسانه‌های جمعی</li> <li>- نبود باورمندی میان مدیران مسئول</li> <li>- نیاز به فرهنگ‌سازی صنایع دستی</li> <li>- نگاه مدیران به صنایع دستی به عنوان صنعتی تزینی و غیرمؤثر</li> <li>- اهمیت صنایع دستی و گردشگری در بدنه دولت و مردم</li> <li>- اهمیت بعد فرهنگی و اجتماعی در انتقال باورها و اعتقادات اقوام مختلف</li> <li>- نیاز به بسترسازی فرهنگی</li> <li>- عدم استفاده نمادین از جمله سبد جوایز بانک</li> <li>- نیاز به مستندنگاری ماندگاری رشته‌های هنرهای سنتی</li> <li>- نگرش برخی مسئولان مبنی بر عدم بازدهی اقتصادی مطلوب این صنعت</li> </ul>	<p>۱۱ فرهنگ</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- رقابت قیمتی نامناسب</li> <li>- قیمت بالای محصولات مرغوب</li> <li>- نحوه قیمت‌گذاری</li> <li>- قیمت بالای صنایع دستی به علت کاربر بودن و عدم امکان تولید انبوه</li> <li>- هزینه‌های بالای حمل و نقل</li> <li>- عدم رعایت استانداردهای جهانی در ورود به بازارهای جهانی (مانند بارکد)</li> </ul>	<p>۱۲ قیمت‌گذاری</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات سرمایه‌ای هنرمندان</li> <li>- مشکلات اعطای وام برای تجهیز و به روز کردن کارگاه‌ها</li> <li>- نیاز به استقرار هنرمندان در شهرک‌هایی با حامل‌های انرژی ارزان‌تر</li> <li>- مشکلات اعتباری</li> <li>- مشکلات تسهیلات بانکی در حوزه اشتغال خانگی</li> <li>- نیاز به سرمایه‌گذاری در امر بسته‌بندی</li> <li>- عدم تأمین امکانات تولیدی بهتر</li> <li>- معطل ماندن سرمایه و زایل شدن سود به جهت بکارگیری روش‌های سنتی فروش و باقی ماندن کالاها در بازار</li> <li>- عدم تأمین مالی کارگران و هنرمندان این صنعت</li> <li>- کمبود نقدینگی کارگاه‌های موجود</li> </ul>	<p>۱۳ تأمین مالی و سرمایه</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توان اقتصادی و قدرت خرید مردم</li> <li>- کاهش تقاضای جهانی نسبت به کالاهای صنایع دستی</li> <li>- کاهش سهم صادرات صنایع دستی در جهان</li> <li>- فزونی عرضه یا تولید بر تقاضا</li> <li>- ثابت ماندن حجم تجارت جهانی صنایع دستی در دو دهه اخیر</li> <li>- رکود اقتصادی جهان</li> </ul>	<p>۱۴ شرایط اقتصادی (داخلی و خارجی)</p>

گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۱۵	قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود قوانین تسهیل کننده صادراتی (از قبیل جوایز صادراتی)</li> <li>- صادرات چمدانی صنایع دستی</li> <li>- عدم رعایت قوانین جاری در حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم نظارت معاونت صنایع دستی بر صنوف و بازارها</li> <li>- ضعف قانون در این حوزه</li> <li>- نبود رویکرد معافیت مالیاتی برای تشویق فعالیت در این حوزه چه داخلی و چه صادراتی</li> <li>- نیاز به قوانین تأمین امنیت سرمایه‌گذاری</li> <li>- فروش صنایع دستی خارجی در اماکن تاریخی مورد تایید یونسکو</li> <li>- قوانین گمرکی نامناسب در صادرات</li> <li>- عدم کنترل بر واردات کالاهای خارجی</li> <li>- نبود قوانین حمایتی کافی از این بخش</li> <li>- عدم نظارت بر واردات مواد اولیه غیرکیفی</li> <li>- عدم تضمین خرید کالاهای ساخته شده و اعطای پیش‌پرداخت به تولیدکننده</li> <li>- عدم کنترل واردات صنایع دستی بی‌کیفیت خارجی</li> <li>- مشکلات موجود در مسیر صادرات صنایع دستی</li> </ul>
۱۶	رقابت	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ظهور رقبای قدرتمند مثل چین و هند</li> <li>- ناتوانی در رقابت قیمتی با محصولات وارداتی به خصوص چینی</li> <li>- تنوع بسیار صنایع دستی وارداتی</li> <li>- عدم درک شرایط رقابتی</li> <li>- ناتوانی رقابت با شرایط بازارهای جهانی</li> <li>- عدم آگاهی از وضعیت رقبا</li> <li>- عدم توجه به وضع بازار و رقبای فعال در این حوزه</li> <li>- عدم برقراری روابط تجاری دو جانبه و چندجانبه با سایر کشورها و حتی با سازمان‌ها و نهادهای خارجی یا بین‌المللی</li> </ul>
۱۷	گردشگری	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اهمیت گردشگران و خریداران بالقوه</li> <li>- عدم توجه به گردشگری و اثر آن بر فروش تولیدات</li> <li>- عدم توجه به جلب گردشگران داخلی و خارجی، به خصوص گردشگران خارجی با قدرت خرید بیشتر</li> </ul>
۱۸	خصوصی سازی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم واگذاری مسئولیت صنایع دستی به بخش تعاون یا بخش خصوصی</li> <li>- ضعف بنگاه‌های اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی در این حوزه</li> </ul>
۱۹	نمایشگاه‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اهمیت برگزاری نمایشگاه‌های مناسب داخلی و بین‌المللی</li> <li>- نیاز به فراهم کردن امکان حضور در نمایشگاه‌های خارجی</li> <li>- هزینه سنگین شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی</li> </ul>

گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۲۰	مدیریت	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نیاز به یکپارچه‌سازی مدیریت رویدادهای تجاری</li> <li>- مدیریت ناکارآمد در این حوزه</li> <li>- عدم تمرکز در سیاستگذاری و سازماندهی در این حوزه</li> <li>- تعدد مراکز تصمیم‌گیری و وجود متولیان مختلف در این بخش</li> <li>- ناکارآمدی سازمان‌های متولی در سیاست‌گذاری و حمایت از صنایع دستی</li> <li>- بی‌ثباتی در مدیریت اجرایی سازمان‌های مرتبط در حوزه صنایع دستی در طی سال‌های متوالی</li> </ul>
۲۱	تشکل‌ها و تعاونی‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نیاز به توسعه تعاونی‌ها و اتحادیه‌های مختلف با قدرت کافی</li> <li>- اهمیت فعالیت تشکل‌های غیردولتی و کارگاه‌ها</li> <li>- عدم استفاده از ظرفیت‌های اتاق‌های بازرگانی مشترک و تشکل‌های تجاری ایرانیان</li> <li>- مقیم خارج به خصوص کشورهای اسلامی</li> <li>- نیاز به توسعه تشکل‌ها و تعاونی‌های صادرکنندگان صنایع دستی</li> </ul>
۲۲	زیرساخت‌های توسعه صنایع دستی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نیاز به یارانه حمل و نقل</li> <li>- نیاز به برخورداری از سهمیه‌های تعرفه‌ای</li> <li>- اهمیت تسهیلات حمل و نقل و گمرک</li> <li>- گستردگی و پراکندگی تولیدات صنایع دستی و در نتیجه مشکل در ارسال امکانات و خدمات برای فعالان این حرفه</li> <li>- عدم توجه و پشتیبانی مناسب از مقوله صادرات در این حوزه (مباحث مربوط به بانک‌ها، حمل و نقل و گمرک به عنوان زیرساخت‌های ضروری صادرات صنایع دستی)</li> </ul>
۲۳	واسطه‌های فروش	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نیاز به توسعه و ترویج تجارت الکترونیک (با دید حذف واسطه‌های غیرضروری)</li> <li>- برای ارایه کالاها</li> <li>- وجود دلالان و واسطه‌های بسیار و در نتیجه افزایش قیمت آنها</li> </ul>

در بررسی چالش‌های این حوزه از نگاه مطبوعات، همانگونه که در جدول‌های پیشین اهم آنها ذکر شده است، بیشترین رویکرد ثبت خبرها در مطبوعات، نگاه دولتمردان به این حوزه است. به این صورت که بیشترین محتوای خبری از نگاه مسئولین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است و همین امر به گونه‌ای پژوهش را در بررسی جامع ارایه چالش‌ها از نگاه مدیران دولتی نیز تکمیل کرده است.

طرح چالش‌ها و عوامل مؤثر در توسعه هنرهای صناعی (صنایع دستی) این گزارش تلخیصی است از نظرات حدود هفتاد صاحب‌نظر محدود به هنرمندان، کارشناسان و فعالان بازار، کارآفرینان، تشکل‌ها و اصناف و اتحادیه‌های دولتی، فروشندگان، مسئولین دولتی و بازرگانان و گزارشات خبری، که با تجمیع آن در گروه‌های کلان‌تری از عوامل مطابق جدول پیشین (جدول ۲-۴) به ۲۳ عامل دسته‌بندی شده است، تا بتوان ریشه‌های مشترک همه عوامل را از دیدگاه‌های مختلف در یک جمع‌بندی نهایی به کمتر از ده عامل تقسیم‌بندی کرد.

در بررسی اهم هریک از عوامل مذکور، مطابق جدول ۲-۴ می‌توان گفت مهم‌ترین مؤلفه در عامل مواد اولیه، بازار بی ثبات آن است که موجب بی‌کیفیتی محصول شده است، و یا با قیمت بالای تهیه آن، بر قیمت تمام شده محصول تاثیر گذاشته است و بازار فروش را به چالش می‌کشد. به صورتی که این عامل مهم بر تولید تاثیر مستقیم دارد و در صورت عدم توجه کیفی به تهیه مواد اولیه، موجب تولید نامناسب شده است و عرضه را در چرخه اقتصادی این حوزه معیوب می‌کند.

تولید بی‌کیفیت که محصول مواد اولیه نامرغوب است، شاید در زمان کوتاه خریدار خود را داشته باشد. ولی بدون شک مشتری پایدار نخواهد داشت و بر ارزش‌های فرهنگی و هنری این حوزه نیز اثر منفی می‌گذارد. از نظر صاحب‌نظران این گزارش، تنها با برنامه‌ریزی و استراتژی‌های مدون، در چشم‌انداز بلندمدت توسعه این حوزه، تولید کیفی میسر می‌شود. زیرا همچنان سهم صنایع دستی در تبصره‌های بودجه نامشخص است و هنوز برنامه و اعتبارات مشخصی مطابق سند توسعه اشتغال ارایه و یا اجرا نشده است. بنابراین، نیاز به یک برنامه‌ریزی منسجم و جامع برای تبلیغ و ترویج این حوزه در سطح ملی و بین‌المللی، که از عوامل مهم توسعه کسب و کار در آن به شمار می‌رود، احساس می‌شود.

این ضرورت در نبود اطلاع‌رسانی کارشناسی شده با زیرساخت‌های آموزشی دانش‌بنیان دو چندان می‌شود. در واقع، اگر اطلاع‌رسانی و آموزش با حفظ اصالت‌های این حوزه با رویکردی نوین همراه نباشد، جامعه حرفه‌ای دانشگاهی از دست خواهد رفت و نه استاد کار حرفه‌ای دانش‌بنیانی باقی می‌ماند و نه هنرآموز شیفته و پایدار، که بتوانند در حفظ و تقویت این سیستم ماندگار باشند. توسعه آموزش‌های تکمیلی حوزه هنر و کسب و کار، به خصوص در بخش صادرات، و شناسایی بازارهای داخلی و خارجی نقش مؤثری در نگاه اقتصادی هنرآموزان به چرخه تولید، عرضه و فروش خواهد داشت که با اطلاع‌رسانی‌های تجاری ملی و بین‌المللی می‌توان فرایند توسعه را تسریع بخشید.

نکته قابل توجه در این گزارش‌های مطبوعاتی، موضوع نقش دولت است؛ به گونه‌ای که صاحب‌نظران بر تاثیر حمایت‌های رفاهی و تسهیلاتی در توسعه عملکرد تولیدکنندگان، تشکلات و اصناف در یک نظام حمایتی و بستر ساز تاکید داشته‌اند و آن را از عوامل پشتیبانی مهم در توسعه کسب و کارهای این حوزه دانسته‌اند. مهم‌تر از آن، اشاره آنها به ضرورت وجود نظامی پشتیبان و هماهنگ میان نهادهای ذیربط و نقش آن در انسجام حلقه‌های دولتی و غیردولتی است. یکی از این موارد، نقش حمایت دولت از مالکیت معنوی محصولات ملی و آثار منحصر به فرد هنرمندان به شکل ثبت و ضبط این آثار، و ممانعت از کپی‌برداری غیرمجاز است.

از نظر این صاحب‌نظران، نقش عوامل فوق در یک بستر فرهنگی-اجتماعی غنی به طور طبیعی قابل اجراست. وقتی فرهنگ صنایع دستی بتواند در بدنه دولت و زندگی شخصی مردم از روش‌های مختلف بالاخص از طریق رسانه‌های ملی نفوذ کند و در سبد تقاضا قرار گیرد، نشان‌دهنده باور اعتقادی مسئولان مربوط به ارزش‌های این حوزه است. هر چند که این وظیفه‌ای ملی و مدیریتی بر دوش مسئولین است، نه اینکه با سلیقه یا باورهای شخصی خود تصمیم‌گیری کنند.

شکی نیست این باور، زمانی در فرهنگ یک جامعه پایدار و درونی می‌شود که نتیجه حاصل از این ارزش‌گذاری‌ها به ثمر رسد، و اثرات هنرمندان و نیز تمامی عوامل از تولید به فروش، از رونق چشمگیری برخوردار باشند؛ حتی فراتر از آن، مشتری نیز رضایت قابل توجهی از محصولات صنایع دستی داشته باشند. در اینجا است که نقش مؤثر زمینه‌های اقتصادی این حوزه پررنگ‌تر می‌شود. این نقش از زنجیره تولیدکننده و یا هنرمند خالق اثر شروع و به مشتری ختم می‌شود و در این میان هر توقفی چرخه را به طور فزاینده‌ای معیوب می‌کند و بازار را به چالش می‌کشد. مهم‌ترین چالش از تولیدکننده شروع می‌شود. هر چه جامعه تولیدکننده تک‌بعدی و غیرمحرک و فقط منبع‌مدار باشد و تنها به توسعه انبارهای خود بیاندیشد، و به نیازها و سلاقی مشتریان توجهی نداشته باشد، بعید است بتواند بازدهی اقتصادی مناسبی در زمان خود داشته باشد. چنانکه برخی از تولیدکنندگان هوشیار این حوزه حتی با وجود شناخت جامع بازار، اعم از رقابت‌های پیچیده آن، نحوه قیمت‌گذاری‌ها، نظام هزینه‌ها و چگونگی تامین مالی و سرمایه، قادر به پیش‌بینی چشم‌انداز ایمن‌تری نبوده‌اند. بدون شک دستیابی به توسعه پایدار عزمی بنیانی‌تر را می‌طلبد.

به طور کلی، عوامل مهم مطرح شده در گزارش مطبوعاتی، بیشتر به دو عامل قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی و زیرساخت-های توسعه صنایع دستی تاکید دارند. با وجودی که این مؤلفه‌ها خود منبع اصلی چرخه توسعه این کسب و کار هستند، ولی همواره مورد بی‌توجهی مسئولان ذیربط قرار گرفته است.

## ۲-۳ بررسی هم‌اندیشی خبرگان و صاحب‌نظران

در این بخش در ابتدا، شاخص‌های انتخاب اعضای پانل تعیین می‌شود. این شاخص‌ها، به جهت اطمینان از جامعیت و مانعیت گروه مورد بررسی، بر اساس جلسات برگزار شده در گروه طرح پژوهشی، به صورت فهرستی به شرح جدول ۲-۵ مطرح می‌شود.

جدول ۲-۵ شاخص‌های شناسایی اعضای پانل (صاحب‌نظران و فعالان حوزه هنرهای صناعی)

گروه‌های صاحب‌نظر	عنوان	حداکثر تعداد (نفر)
۱ دولتی	سازمان‌های وابسته (میراث فرهنگی، وزارت بازرگانی، اتاق بازرگانی و ...)	۳
۲ غیر دولتی	اصناف، تشکلات، نهادها، تعاونی‌ها و ...	۵
۳ دانشگاهی	اساتید معرب یا دارای تالیف و پژوهش در این حوزه	۵
۴ دارای کسب و کار داخلی	اشخاصی که دارای کسب و کار فعال باشند	۱۰
۵ دارای کسب و کار بین‌المللی	نهادهای وابسته به سفارتخانه‌ها و یا شرکت‌های صادرکننده	۵
۶ هنرمند	فردی که دارای طرح و ایده خلاقانه باشد	۱۰
۷ تولیدکننده	فرد یا نهادی که در حال تولید یکی از شاخه‌های مربوطه باشد	۱۰
۸ مشتری و مصرف‌کننده	فردی که به منظور بهره‌برداری اثر را خریداری نماید	۵
مجموع کل		۵۳

بنابر اهمیت بررسی چالش‌های وضعیت موجود هنرهای صناعی از دیدگاه نخبگان و صاحبان کسب و کار، هنرمندان، کارآفرینان، مسئولان دولتی، مدیران انجمن‌ها، اتحادیه‌ها، اصناف، تشکلات و جامعه دانشگاهی، در این بخش تلاش می‌شود نقطه‌نظرات این افراد در نشست تخصصی<sup>۱</sup>، مطابق جدول ۲-۶ ارایه شود.

جدول ۲-۶ چالش‌های مطرح شده در نشست هم‌اندیشی صاحب‌نظران

نشست هم‌اندیشی صاحب‌نظران (شامل مسئولان، هنرمندان، صنعتگران، کارآفرینان، صاحبان کسب و کار، و جامعه دانشگاهی حوزه هنرهای صناعی (صنایع دستی))		
فرصت‌ها- چالش‌ها - راهکارها		
عوامل مؤثر توسعه کسب و کار و کارآفرینی (فرآیند تولید - کیفیت - بازار داخلی و خارجی)		
صاحب‌نظر	چالش‌ها	پیشنهادهای راهکارها
صابر <sup>۲</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم شناخت و بهره‌وری درست از فرصت‌های پیش‌رو</li> <li>- عدم توانایی و فقدان قدرت خرید مشتری</li> <li>- نبود مشارکت و کادر مدیریت در کنار هنرمندان</li> <li>- نبود مشارکت نهادهای مدنی در کنار فعالان این حوزه</li> <li>- فقدان جایگاه نهادهای مدنی به عنوان مشاور و سرمایه‌گذار</li> <li>- نبود حلقه اتصال بین سرمایه‌گذاران و هنرمندان</li> <li>- عدم توجه به کارآفرینی این حوزه با توجه به چالش‌های بازار</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تداوم تعامل و ارتباط فارغ‌التحصیلان فعال با اساتید</li> <li>- توجه به عوامل مؤثر تولید، کیفیت، بازار</li> <li>- محدود ساختن نقش دولت در تصمیم‌گیری و تصدی‌گری</li> <li>- برگزاری نشست‌های دوره‌ای هنرمندان و صنعتگران با سرمایه‌گذاران جهت جذب سرمایه</li> </ul>
سهرابی <sup>۳</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- فقدان آسیب‌شناسی بازار</li> <li>- عدم خودباوری کارآفرینان این حوزه</li> <li>- عدم توجه به سلیقه مخاطب</li> <li>- عدم نیازسنجی درست جامعه امروز در این حوزه</li> <li>- عدم قدرت رقابت با بازار چینی</li> <li>- عدم ایجاد بازارهای جدید</li> <li>- عدم تبلیغات مؤثر و ترویج فرهنگ ارزش‌بخشی به صنایع دستی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تغییر تفکر و نگاه به این حوزه (عدم ترویج نگاه مستضعفانه به این حوزه و تقویت خودباوری کارآفرینان در این حوزه)</li> <li>- ممزوج و مکمل کردن آموزش‌های سنتی و مدرن</li> <li>- به روزرسانی طراحی و تولید محصولات صنایع دستی با توجه به زیبایی‌شناسی معاصر</li> <li>- نیازسنجی جامعه امروز مبنی بر میزان قدرت خرید و توجه به ارزش افزوده هنری</li> <li>- توجه و شناخت دقیق از رقبا و غافل نشدن از آنها</li> <li>- بازارشناسی، مخاطب‌شناسی و مخاطب‌آفرینی</li> <li>- تبلیغ و ترویج کاربری محصولات صنایع دستی</li> <li>- شناسه‌سازی</li> </ul>

<sup>۱</sup>. نشست تخصصی برگزار شده در دهمین همایش (بین‌المللی) انجمن زنان کارآفرین با عنوان "کارآفرینی و توسعه کسب و کار در حوزه صنایع دستی"

در محل اجتماعات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

<sup>۲</sup>. مدیرعامل بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان و عضو موسس و هیات مدیره انجمن زنان کارآفرین

<sup>۳</sup>. استادیار هیات علمی گروه صنایع دستی دانشکده هنر دانشگاه الزهرا

صاحب‌نظر	چالش‌ها	پیشنهادها و راهکارها
جلودارزاده <sup>۱</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- انحصارگرایی و محدود کردن بخش خصوصی</li> <li>- محدودیت فعالیت زنان در عرصه بخش خصوصی</li> <li>- وجود چالش‌های حقوقی زنان</li> <li>- کاهش میزان مالکیت زنان در ثروت بخشی بخش خصوصی</li> <li>- عدم شناسایی فرصت‌های بین‌المللی جهت معرفی محصولات صنایع دستی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- افزایش میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های کسب و کار</li> <li>- ایجاد مسیر اختصاصی فعالیت زنان و سرعت بخشی به آن</li> <li>- تسهیل امر کارآفرینی زنان (با تاکید بر صادرات)</li> <li>- مشارکت با هم‌افزایی فعالان این حوزه</li> <li>- استفاده از فرصت‌های فعالیت‌های بین‌المللی در هر حوزه و معرفی محصولات دستی (مثل جام جهانی فوتبال)</li> </ul>
یاوری <sup>۲</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم ارتباط منسجم سه شاخص اصلی کارآفرینی، صنایع دستی و زنان</li> <li>- عدم باور جامعه صنایع دستی به خصوص حضور زنان فعال در این حوزه</li> <li>- عدم تامین مواد اولیه با کیفیت خوب</li> <li>- وجود دست‌اندا‌زهای مجوزهای تولید و ...</li> <li>- وجود مالیات سنگین تولیدکنندگان</li> <li>- مشکل تامین مواد اولیه و سوخت</li> <li>- مشکلات مربوط به بیمه</li> <li>- مشکلات مربوط به عدم شمول تسهیلات مالی و اعتباری به هنرمندان</li> <li>- عدم وجود بازار فروش</li> <li>- عدم شناخت و شناسایی درست از صنایع دستی</li> <li>- عدم تبلیغات موثر از طریق رسانه‌های صوتی و تصویری</li> <li>- عدم شناخت مدل‌های کارآفرینی جهانی</li> <li>- عدم تشخیص امکانات بالقوه و بالفعل جهت مجاب کردن سرمایه‌گذاران</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بسترسازی دولت برای ایجاد بازارهای موقت و دائم</li> <li>- تخصیص فضای مناسب و تسهیلات</li> <li>- تامین امکانات اولیه برای فارغ‌التحصیلان</li> <li>- عدم عاملیت دولت در امر صنایع دستی (داشتن نقش بسترساز با حمایت معنوی)</li> <li>- تلاش شهرداری در جهت فرهنگ‌سازی و تبلیغات فعالان صنایع دستی (از جمله اختصاص نام خیابان و کوچه به اسم هنرمندان فاخر این حوزه)</li> <li>- ایجاد موسسه کارآفرینی صنایع دستی</li> <li>- توجه به طرح‌های نو متناسب با شرایط فضا و مکان امروزی</li> <li>- توجه به ارتقای جایگاه صنایع دستی در برنامه‌های توسعه کشور</li> <li>- تبلیغات مؤثر در جهت معرفی محصولات به مخاطب بین‌المللی</li> </ul>
تطهیری- مقدم <sup>۳</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات تولیدکنندگان و مسئولیت سنگین کارفرما و تعهدات بیمه و تنظیم دفاتر دارایی و ...</li> <li>- چالش‌های بیمه خوداشتغالی و تبدیل آن به بیمه کارفرما (عدم جایگاه واقعی خوداشتغالی و کارفرمایی)</li> <li>- هزینه سنگین بیمه (تبدیل بیمه خوداشتغالی به بیمه کارفرمایی و تقلیل حمایت دولتی از پرداخت ۲۳ درصد سهم کارفرما)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- حمایت دولت جهت ایجاد تسهیلات و ارایه مشاوره‌های تخصصی و ...</li> <li>- توجه به جایگاه هنرمندان</li> </ul>

<sup>۱</sup>. مشاور وزیر صنایع، معدن و تجارت

<sup>۲</sup>. استاد و عضو هیات علمی دانشگاه تهران (نویسنده و پژوهشگر)

<sup>۳</sup>. استاد دانشگاه و هنرمند حوزه سفال و سرامیک



صاحب‌نظر	چالش‌ها	پیشنهادها و راهکارها
نیمیی گورابی <sup>۱</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات بیمه (چالش بین مدیرعامل و هنرجو (صنعتگر بالقوه) و سازمان میراث فرهنگی) مبنی بر ارایه بی‌هدف کارت شناسایی به هنرورزان نوپا و ایجاد توقع بیمه آنها از مدیرعاملان)</li> <li>- چالش‌های آموزش درحوزه هنرهای صنایع دستی (عدم تبحر جذب هنرجو به دلیل بی‌کفایتی کارشناسان بی‌تجربه) و عدم اشتغال خانگی پایدار</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- حمایت از مدیران و آموزشگاه‌ها در جهت میزان توانایی پرداخت بیمه مربیان</li> <li>- نظارت بر عملکرد صدور مجوزها و کارت شناسایی‌ها به افراد شایسته با فعالیت پیوسته</li> </ul>
بدیعی <sup>۲</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم کارشناسی تصمیمات فعالیت‌های این حوزه (نبود مشاوران تخصصی در کنار مدیران تاثیرگذار و ارایه مدارکی که برخی از هنرمندان صلاحیت این کار را ندارند)</li> <li>- تحمیل پرداخت بیمه به کارفرما به هنرمندان غیرفعال داخلی</li> <li>- حضور نا به جای بدلیجات و محصولات چینی و خارجی در نمایشگاه‌های صنایع دستی</li> <li>- چالش‌های آموزش هنر</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بازنگری فعالیت هنرمندان بیمه شده (در قید حیات بودن آنها)</li> <li>- تخصصی‌تر شدن نمایشگاه‌های این حوزه و نظارت بیشتر بر محصولات و غرفه‌ها</li> <li>- توجه به شایستگی و ارزش هنرمندان جهت امتیازدهی</li> </ul>
گلچین‌پور <sup>۳</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود فضای کسب و کار مناسب در کشور برای تولیدکنندگان و هنرمندان (افت فروش)</li> <li>- عدم جذب گردشگر</li> <li>- تسخیر بازارهای داخلی با محصولات خارجی</li> <li>- عدم استفاده شهروندان از محصولات صنایع دستی به صورت روزمره و عدم فرهنگ‌سازی کاربرد این کالاها در سطح جامعه و به صورت کلان</li> <li>- ضعف در طراحی‌های نوین متناسب با نیازهای روز جامعه</li> <li>- عدم وجود تبلیغات مؤثر و شناخت درست از محصولات صنایع دستی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- آسیب‌شناسی وضعیت بازار</li> <li>- بسترسازی برای فروش در بازارهای داخلی و خارجی</li> <li>- توجه به طرح‌های جدید</li> <li>- اطلاع‌رسانی و تبلیغات حرفه‌ای در این حوزه</li> </ul>
دیزنیگان <sup>۴</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات راه‌اندازی و حفظ کارگاه‌ها به خصوص در مناطق بومی</li> <li>- عدم بازار فروش</li> <li>- عدم توجه به بیمه هنرمندان</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- برپایی نمایشگاه‌های فروش</li> <li>- فراهم کردن شرایط معرفی هنرمندان به سرمایه‌گذاران و بالعکس</li> <li>- حمایت از بیمه هنرمندان</li> </ul>

<sup>۱</sup>. هنرمند، کارآفرین، مدیر آموزشگاه هنری (هنرهای رودوزی)

<sup>۲</sup>. هنرمند و مدیر و کارآفرین حوزه هنرهای چوبی

<sup>۳</sup>. هنرمند مدیر کارآفرین شرکت مس‌نگار

<sup>۴</sup>. هنرمند و مدیر خانه زنان کارآفرین سیستان و بلوچستان

صاحب‌نظر	چالش‌ها	پیشنهادها و راهکارها
توحیدی <sup>۱</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم خودباوری کارفرمایان جهت توانایی پرداخت بیمه</li> <li>- عدم آرایه آمار صادقاته کارگاه‌های صنایع دستی توسط کارفرمایان</li> <li>- عدم قدرت توانمندسازی موسسات این حوزه جهت پرداخت بیمه</li> <li>- وجود سوءاستفاده‌های مختلف از تسهیلات تأمین اجتماعی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- انتخاب مدیران کارآمد و جدید</li> <li>- تقویت آموزش‌های استاد-شاگردی (آمار نشان می‌دهد که هشتاد درصد تولیدکنندگان آموزش سنتی دیده‌اند و نه آکادمیک)</li> <li>- مشارکت بیشتر تشکلهای، اصناف و نهادهای مردمی در فعالیت‌های حوزه صنایع دستی</li> <li>- اهمیت‌بخشی و اطلاع‌رسانی به جامعه این حوزه در خصوص ثبت ملی آثار خلاق و نقوش به عنوان اثر هنری</li> </ul>
سلیمانی <sup>۲</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود رقابت سالم بین کارآفرینان این حوزه</li> <li>- نبود نمایشگاه‌های فصلی</li> <li>- فقدان خودباوری و توانمندی هنرمندان و کارآفرینان نسبت به تأمین هزینه‌ها</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- هم‌اندیشی بیشتر بین کارآفرینان این حوزه</li> <li>- تخصیص فضای پایدار به صورت چرخشی به هنرمندان این حوزه</li> <li>- ایجاد فضای رقابتی بیشتر</li> <li>- توجه و فرهنگ‌سازی بیشتر به منبع مهمی چون صنایع دستی</li> <li>- خودباوری بیشتر هنرمندان و کارآفرینان این حوزه</li> </ul>
رحمان‌پور <sup>۳</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- چالش طراحی و به روزرسانی</li> <li>- عدم پشتوانه و حمایت از فارغ‌التحصیلان خلاق این حوزه</li> <li>- عدم حمایت‌های دانشگاهی و دولتی جهت راه‌اندازی کارگاه‌های صنایع دستی</li> <li>- عدم وجود سرمایه‌گذار</li> <li>- عدم حمایت از فارغ‌التحصیلان نوکارآفرین</li> <li>- عدم وجود سرمایه‌گذاری در این حوزه</li> <li>- عدم توجه سودآوری این کار و در نتیجه از دست دادن سرمایه-گذار</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تخصیص فضای مناسب برای نوکارآفرینان در طراحی خلاق (به طور مثال، سازمانی مانند میراث فرهنگی فضایی در خور در اختیار فارغ‌التحصیلان قرار دهد و اجاره آن را هم دریافت کند)</li> <li>- ایجاد و حفظ شبکه فارغ‌التحصیلان این حوزه</li> <li>- به‌روزرسانی طرحها متناسب با شرایط امروزی</li> <li>- ایجاد تبلیغات حرفه‌ای برای جذب سرمایه‌گذاران</li> <li>- توجه به رقابت‌های جهانی</li> </ul>
دهدشتی <sup>۴</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم شناخت درست از جایگاه مدیریت‌های این حوزه و کارآفرینی آن</li> <li>- عدم تبلیغات موثر</li> <li>- عدم ثبت تاریخ شفاهی هنرهای سنتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- جلب حمایت سرمایه‌گذاران و سایرین</li> <li>- مستندسازی روش‌های سنتی هنرهای اصیل این حوزه</li> </ul>

<sup>۱</sup>. کارشناس ارشد صنایع دستی/مدیرگروه صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

<sup>۲</sup>. مدیرعامل و رئیس هیات مدیره مؤسسه فرهنگی هنری نماکارنگ، موسس و عضو هیات مدیره انجمن زنان کارآفرین

<sup>۳</sup>. هنرمند، کارآفرین، و عضو هیات علمی گروه صنایع دستی دانشکده هنر دانشگاه الزهرا

<sup>۴</sup>. مدیرعامل مؤسسه فرهنگی هنری جام میراث جهان، کارآفرین

صاحب‌نظر	چالش‌ها	پیشنهادها و راهکارها
محمودیان <sup>۱</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم بهره‌مندی از فرصت‌های بین‌المللی این حوزه</li> <li>- چالش کمی‌برداری با ظهور تکنولوژی نوین (چاپ سه‌بعدی و مدل‌سازی مشابه)</li> <li>- عدم شناخت جایگاه جهانی ایران در این حوزه</li> <li>- عدم وجود یک شبکه منسجم و هم‌افزای غیردولتی هنرمندان این حوزه</li> <li>- عدم وجود شبکه‌های اجتماعی قدرتمند ملی و بین‌المللی در این حوزه</li> <li>- عدم شناخت الگوهای بین‌المللی کارآفرینی</li> <li>- عدم وجود سازماندهی مناسب بین فعالان این حوزه</li> <li>- عدم برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب و توانمندسازی برای فعالان این حوزه</li> <li>- عدم توجه به فناوری‌های نوین (چاپگر سه‌بعدی) و خطر مشابه‌سازی و جایگزینی محصولات ناب و اصیل صنایع دستی</li> <li>- عدم وجود همایش‌های کیفی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- به روزرسانی اطلاعات این حوزه از طریق شبکه‌های بین‌المللی</li> <li>- توجه به مدل‌های بین‌المللی سازمان‌های مرتبط با موضوع (توجه به مدل‌های کشورهای موفق مشابه شرایط اقتصادی ایران که در حوزه صنایع دستی منبع‌محور هستند)</li> <li>- اهمیت‌بخشی و سرمایه‌گذاری روی صنایع دستی فاخر</li> <li>- ایجاد شبکه‌های ارتباطی پیوسته</li> <li>- توجه به جایگاه ایران نسبت به کشورهای دیگر</li> <li>- اهمیت‌بخشی کارآفرینی صنایع دستی با توجه به منبع‌محور بودن ایران</li> <li>- ایجاد بازارهای بین‌المللی از طریق الگوهای مشابه</li> </ul>
بهرامی <sup>۲</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم برنامه‌ریزی درست جهت تقویت حوزه‌های گردشگری و صنایع دستی</li> <li>- عدم شناخت ما نسبت به نیازهای گردشگران خارجی (شناخت نوع سلیقه آنها برای انتخاب و خرید کالاهای صنایع دستی)</li> <li>- عدم آمار درست از میزان خرید کالاهای صنایع دستی توسط گردشگران خارجی</li> <li>- ارتباط گردشگری و صنایع دستی</li> <li>- عدم برنامه‌ریزی درست</li> <li>- عدم وجود آمار دقیق</li> <li>- عدم توجه به نوع و کمیت گردشگران از کشورهای مختلف</li> <li>- عدم نیازسنجی گردشگران</li> <li>- عدم همکاری تورهای گردشگری و صنایع دستی</li> <li>- عدم تمرکز و ارتباط مؤثر تشکل‌ها با هم</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه و شناخت بیشتر نسبت به فعالیت‌های مشترک گردشگری و ارتباط آن با حوزه صنایع دستی</li> <li>- ارتباط بهتر با مسئولان و مدیران گردشگری جهت شناخت گردشگران</li> <li>- تقویت شناسه‌سازی و تبلیغات مؤثر</li> <li>- ارسال گزارش‌هایی از سمینارها، نشست‌ها و جلسات هم‌اندیشی یا همایش‌های مرتبط و آرایه به سازمان جهانگردی جهت جلب حمایت بیشتر</li> <li>- تلاش جهت جذب سرمایه‌گذار از میان گردشگران خارجی.</li> <li>- توجه به رتبه‌بندی‌های گردشگری کشورهای همسایه در برنامه‌ریزی (به طور مثال رتبه کشور آذربایجان در گردشگری دوم است)</li> <li>- تأسیس یک شرکت سرمایه‌گذاری برای کالاهای صنایع دستی</li> </ul>

<sup>۱</sup>. مدیرگروه ترویج روابط بین‌المللی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

<sup>۲</sup>. ریس گروه گردشگری اتاق ایران، عضو هیات مدیره انجمن

صاحب‌نظر	چالش‌ها	پیشنهادها و راهکارها
حکیمیان <sup>۱</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود آموزش در رعایت حفظ اصالت‌ها</li> <li>- عدم وجود آموزش در بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی این محصولات</li> <li>- عدم وجود مدیریت در تولید که خود زیر مجموعه خود را دارد</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- شناسنامه‌دار کردن هنرهای صناعی</li> <li>- بیمه کردن هنرمندان و فعالان این حوزه</li> <li>- توجه به آموزش بازاریابی</li> </ul>
پله‌فروش <sup>۲</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم آموزش‌های نوین</li> <li>- عدم طراحی‌های خلاقانه و نوین</li> <li>- وجود تولیدات بدون بازار عرضه و فروش</li> <li>- عدم سرمایه‌گذاری پایدار</li> <li>- عدم آرایه روش‌های حل مشکلات و چالش‌های این حوزه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- برقراری ارتباط مؤثر بین فعالان این حوزه</li> <li>- مطالعه و آرایه مدل‌ها و الگوهای خارجی</li> <li>- ثبت آثار فاخر، خلاقانه و دارای اصالت هنری</li> <li>- آرایه مدل‌های جدید</li> <li>- جذب سرمایه‌گذاران</li> </ul>
راغبی <sup>۳</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به کم‌توانان یا ناتوانان ذهنی که می‌توانند بخشی از ظرفیت مخاطب آموزش‌های صنایع دستی را به عنوان یک رویکرد هنردرمانی در برگیرد</li> <li>- عدم وجود مدیران شایسته و خلاق</li> <li>- نبود توجه به آموزش‌های کم‌توانان</li> <li>- عدم همکاری سازمان‌های مختلف جهت بیمه این افراد</li> <li>- عدم توجه به محیط زیست در این حوزه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه به انواع مخاطب‌های این حوزه</li> <li>- توجه به اهمیت زیست‌محیطی</li> <li>- تقویت آموزش‌های کارآفرینی در این حوزه</li> <li>- معرفی و ارزش‌گذاری هنرمندان خاص</li> </ul>
پارسی <sup>۴</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم تفکر درست نسبت به شیوه زیست فرهنگی زیست‌مندان</li> <li>- عدم فرهنگ‌سازی در یک زیست درست</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه تولیدات صنایع دستی به مقوله زیست‌محیط</li> <li>- فرهنگ‌سازی قربات زیستی با اندیشه و فرهنگ خاص ایرانی</li> <li>- تسلیم نشدن در مقابل سلیقه سرمایه‌گذاران خارجی</li> <li>- تلاش در جهت ایجاد سلیقه هنرمندان و فرهنگ‌سازی در این زمینه</li> <li>- ایجاد عرصه برای جذب سرمایه</li> <li>- بازنگری نوع تفکر و نگاه نسبت به چگونگی عرضه محصولات صنایع دستی</li> </ul>
شیرویه <sup>۵</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود طراحی‌های اصیل و خلاق</li> <li>- نیاز به ایجاد یک شرکت هولدینگ در حوزه صنایع دستی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه به طراحی‌های نوین و خلاقانه</li> <li>- تأسیس یک شرکت هلدینگ در حوزه صنایع دستی</li> </ul>

<sup>۱</sup>. عضو هیات علمی مدیرگروه فرش دانشکده هنر اصفهان

<sup>۲</sup>. عضو هیات علمی گروه صنایع دستی دانشگاه کاشان

<sup>۳</sup>. استاد دانشگاه و مدیر موسسه کم‌توانان و ناتوانان ذهنی در بیرجند

<sup>۴</sup>. رئیس هیات مدیره انجمن ملی زنان کارآفرین، برنجکار نمونه کشور

<sup>۵</sup>. هنرمند و مدیرعامل شرکت زیورآلات شیرویه

صاحب‌نظر	چالش‌ها	پیشنهادها و راهکارها
مرتاضی <sup>۱</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بی‌توجهی به جایگاه سنت و مدرنیته</li> <li>- عدم توجه به صاحب‌نظران بومی و تولید کنندگان بومی</li> <li>- فقدان توجه به محیط زیست</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تعامل بیشتر صاحب‌نظران با هنرمندان به خصوص هنرمندان بومی</li> <li>- کاربردی کردن صنایع دستی در بطن زندگی</li> <li>- توجه به فرصت‌های محیط زیست و صنایع دستی</li> </ul>
اله‌فر <sup>۲</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به رویکرد بازار سنجی، بازار سازی و بازارگردی این حوزه</li> <li>- عدم توجه به تاثیر مشاغل دیگر در این حوزه</li> <li>- فقدان شبکه متمرکز در این حوزه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- آموزش جوانان در شناخت بازار و رقبا و چگونگی ورود به بازار</li> <li>- استفاده از تجربیات مشاغل دیگر در یافتن نحوه ورود به بازار</li> <li>- فعالیت فارغ از بحث‌های جنسیتی</li> <li>- شبکه‌سازی برای کمک به توانمندسازی فعالان این حوزه</li> </ul>
دهقان منشادی <sup>۳</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم حمایت جهت ایجاد تسهیلات برای هنرمندان به منظور استفاده از تمامی بدنه‌های آن در جهت تبلیغ و ترویج آثار و هنرمندان</li> <li>- عدم مشاوران جهت بیمه و امور اداری هنرمندان</li> <li>- وجود سنگ‌اندازی‌های نهادهای دولتی در پیشرفت و توسعه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تبلیغات مؤثر رسانه‌های عمومی</li> <li>- تسهیلات بیشتر دولتی (مشاوره و حمایت)</li> <li>- اطلاع‌رسانی حرفه‌ای در زمینه چگونگی حل مشکلات اداری</li> </ul>
علی‌پور <sup>۴</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود حلقه اتصال مابین فارغ‌التحصیلان صنایع دستی و بازار کار</li> <li>- فقدان بستر سازی مناسب جامعه برای پذیرفتن هنرمندان</li> <li>- عدم آموزش‌های دانشگاهی جهت ارتباط‌گیری و ایجاد شبکه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه بیشتر به فارغ‌التحصیلان این حوزه</li> <li>- تقویت آموزش‌های مکمل این حوزه</li> <li>- ایجاد شبکه‌های فارغ‌التحصیلی</li> <li>- فرهنگ‌سازی سلیقه مخاطب</li> </ul>

همان‌گونه که در ساختار جدول فوق قابل بررسی است، چالش‌ها و پیشنهادهایی به وضوح بیان شده‌اند که در کل بدین شرح ارایه می‌شوند؛ ۱. نیاز به کارشناسی نهادهای دولتی، ۲. عدم وجود مدیریت کلان و مدیریت مستقیم دولت، ۳. عدم توجه به حضور زنان در جایگاه مدیریتی، ۴. نبود خدمات مشاوره‌ای و خدماتی به هنرمندان، ۵. عدم گسترش آموزش‌های سنتی و آکادمیک با رویکرد پیوند و تلفیق هر دو با تأکید بر آموزش مدیریت کسب و کار و بازاریابی، ۶. مباحث برپایی نمایشگاه دائمی، ۷. عدم توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای رقابت جهانی، ۸. عدم توجه به صنایع دستی به عنوان اصلی‌ترین سرمایه و منبع به جای نفت، ۹. کم‌توجهی به حفظ و احیای میراث فرهنگی، و ۱۰. مباحث آموزش و اشتغال؛ در واقع، آموزش آکادمیک و سنتی (سینه

۱. هنرمند و فعال اجتماعی (دکوراسیون داخلی)

۲. استاد دانشگاه و مدیر اسبق کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی

۳. کارآفرین و مدیر موزه و هنرمندسرای دکتر احمد نادعلیان در جزیره هرمز

۴. هنرمند و کارآفرین

به سینه) باید مکمل هم شوند تا اثر مورد نظر را در جامعه هنرآموزان ایجاد کنند. جدول ۲-۷، گروه‌بندی کلی این چالش‌ها را در قالب مؤلفه‌های اساسی بحث شده نشان می‌دهد.

جدول ۲-۷ گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده در نشست هم‌اندیشی صاحب‌نظران

گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۱	مواد اولیه	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم تامین مواد اولیه با کیفیت خوب</li> <li>- مشکل تامین مواد اولیه و سوخت لازم</li> </ul>
۲	تولید	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ضعف در طراحی‌های نوین متناسب با نیازها و سلاقی روز جامعه</li> <li>- عدم توجه به فناوری‌های نوین (چاپگر سه‌بعدی) در تولید</li> <li>- عدم طراحی‌های اصیل و خلاق</li> <li>- عدم توجه به مدیریت در تولید</li> <li>- مشکلات راه‌اندازی و حفظ کارگاه‌ها به خصوص در مناطق بومی</li> <li>- وجود تولیدات بدون بازار عرضه و فروش و فرونی عرضه به تقاضا</li> </ul>
۳	برنامه و استراتژی مدون	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم برنامه‌ریزی جامع در زمینه اشتغال‌خانی پایدار</li> <li>- عدم برنامه‌ریزی درست در حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم کارشناسی تصمیمات فعالیت‌های این حوزه (نبود مشاوران تخصصی در کنار مدیران تاثیرگذار و ارایه مدارکی که برخی از هنرمندان صلاحیت این کار را ندارند)</li> <li>- عدم ارتباط منسجم سه شاخص اصلی کارآفرینی، صنایع دستی و زنان</li> <li>- عدم توجه به تاثیر مشاغل دیگر در حوزه صنایع دستی</li> </ul>
۴	تشکل‌ها و تعاونی‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم تمرکز و ارتباط مؤثر تشکل‌ها با هم</li> </ul>
۵	نمایشگاه‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود نمایشگاه‌های فصلی</li> <li>- حضور نابجای بدلیجات و محصولات چینی و خارجی در نمایشگاه‌های صنایع دستی</li> </ul>
۶	محیط زیست	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم توجه به مباحث زیست محیطی</li> </ul>
۷	مباحث اداری	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات تولیدکنندگان در زمینه تنظیم دفاتر دارایی و فرآیندهای اداری</li> <li>- عدم وجود مشاوران لازم جهت بیمه و امور اداری هنرمندان</li> </ul>
۸	همکاری میان نهادهای ذیربط	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود حلقه اتصال مابین فارغ‌التحصیلان صنایع دستی و بازار کار</li> <li>- نبود مشارکت نهادهای مدنی در کنار فعالان این حوزه</li> <li>- فقدان جایگاه نهادهای مدنی به عنوان مشاور و سرمایه‌گذار</li> <li>- عدم همکاری سازمان‌های مختلف جهت ارایه خدمات بیمه‌ای هنرمندان این حوزه</li> </ul>
۹	مالکیت معنوی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- خطر مشابه‌سازی و جایگزینی محصولات ناب و اصیل صنایع دستی</li> <li>- چالش کپی‌برداری با ظهور تکنولوژی نوین (چاپ سه‌بعدی و مدل‌سازی مشابه)</li> </ul>
۱۰	بازار و مکان فروش	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود بازار فروش</li> </ul>

مؤلفه‌های مطرح شده	گروه عوامل
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم تبحر در جذب هنرجو به دلیل بی‌کفایتی کارشناسان بی‌تجربه</li> <li>- عدم ارایه آمار صادقانه کارگاه های صنایع دستی توسط کارفرمایان</li> <li>- عدم وجود آموزش در حوزه‌های بازاریابی، بازاریابی و بازار سازی</li> <li>- عدم آموزش‌های دانشگاهی جهت ارتباط‌گیری و ایجاد شبکه.</li> <li>- عدم برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب و توانمندسازی برای فعالان این حوزه</li> <li>- عدم وجود آموزش در رعایت حفظ اصالت‌ها</li> <li>- نبود توجه به آموزش‌های کم‌توانان</li> <li>- عدم وجود آمار دقیق در حوزه‌های داخلی و بین‌المللی</li> <li>- عدم توجه به شیوه‌های آموزش‌های نوین</li> <li>- عدم وجود همایش‌های کیفی</li> <li>- عدم شناخت و شناسایی درست از صنایع دستی</li> <li>- عدم شناخت مدل‌های کارآفرینی جهانی</li> <li>- عدم شناسایی فرصت‌های بین‌المللی جهت معرفی محصولات صنایع دستی</li> <li>- عدم شناخت جایگاه جهانی ایران در این حوزه</li> <li>- عدم شناخت الگوهای بین‌المللی کارآفرینی</li> <li>- عدم ارایه روش‌های حل مشکلات و چالش‌های حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه به کم‌توانان یا ناتوانان ذهنی که می‌تواند بخشی از ظرفیت مخاطب آموزش‌های صنایع دستی را به عنوان یک رویکرد هنردرمانی در برگرد</li> </ul>	<p>۱۱</p> <p>اطلاع‌رسانی و آموزش</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکلات مربوط به بیمه (چالش بین مدیر عامل و هنرجو (صنعتگر بالقوه) و سازمان میراث فرهنگی)</li> <li>- وجود مالیات سنگین تولیدکنندگان</li> <li>- عدم پشتوانه و حمایت از فارغ‌التحصیلان خلاق این حوزه و نوکارآفرینان</li> <li>- عدم حمایت‌های دانشگاهی و دولتی جهت راه‌اندازی کارگاه‌های صنایع دستی</li> <li>- عدم توجه به صاحب‌ظران بومی و تولیدکنندگان بومی</li> <li>- تقلیل حمایت دولتی از پرداخت ۲۳ درصد سهم کارفرما (بیمه)</li> <li>- عدم حمایت جهت ایجاد تسهیلات برای هنرمندان به منظور استفاده از تمامی بدنه-های آن در جهت تبلیغ و ترویج آثار و هنرمندان</li> </ul>	<p>۱۲</p> <p>حمایت و پشتیبانی دولتی</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود یک شبکه متمرکز، منسجم و هم‌افزای غیردولتی هنرمندان این حوزه</li> <li>- عدم وجود شبکه‌های اجتماعی قدرتمند ملی و بین‌المللی در این حوزه</li> <li>- عدم وجود سازماندهی مناسب بین فعالان این حوزه</li> <li>- عدم بهره‌مندی از فرصت‌های بین‌المللی این حوزه</li> </ul>	<p>۱۳</p> <p>هنر- مهارت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم قدرت رقابت با بازار چینی</li> <li>- تسخیر بازارهای داخلی با محصولات خارجی</li> <li>- عدم وجود رقابت سالم بین کارآفرینان این حوزه</li> </ul>	<p>۱۴</p> <p>رقابت</p>

مؤلفه‌های مطرح شده	گروه عوامل
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم تبلیغات مؤثر از طریق رسانه‌های صوتی و تصویری</li> <li>- فقدان آسیب‌شناسی بازار</li> <li>- عدم توجه به رویکرد بازار سنجی، بازار سازی و بازار گردی این حوزه</li> <li>- عدم توجه به کارآفرینی این حوزه با توجه به چالش‌های بازار</li> </ul>	<b>۱۵</b> تبلیغات و بازاریابی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم ترویج فرهنگ ارزش‌بخشی به صنایع دستی</li> <li>- عدم بستر مناسب جامعه برای پذیرفتن هنرمندان</li> <li>- عدم تفکر درست نسبت به شیوه زیست فرهنگ زیست‌مندان</li> <li>- عدم فرهنگ سازی در یک زیست درست</li> <li>- عدم ثبت تاریخ شفاهی هنرهای سنتی</li> <li>- عدم خود باوری کارآفرینان این حوزه</li> <li>- عدم باور جامعه صنایع دستی به خصوص زنان فعال این حوزه</li> <li>- فقدان خودباوری و توانمندی هنرمندان و کارآفرینان نسبت به تأمین هزینه‌ها</li> <li>- بی‌توجهی به جایگاه سنت و مدرنیته</li> <li>- عدم استفاده شهروندان از محصولات صنایع دستی به صورت روزمره و عدم فرهنگ‌سازی در این حوزه</li> </ul>	<b>۱۶</b> فرهنگ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم سرمایه‌گذاری پایدار در حوزه صنایع دستی</li> <li>- عدم وجود سرمایه‌گذاری در این حوزه</li> <li>- عدم توجیه سودآوری و امکانات بالقوه و بالفعل این کار و در نتیجه از دست دادن سرمایه‌گذار</li> <li>- نبود حلقه اتصال بین سرمایه‌گذاران و هنرمندان</li> <li>- مشکلات مربوط به عدم شمول تسهیلات مالی و اعتباری به هنرمندان</li> <li>- عدم توانمندسازی موسسات این حوزه توسط کارفرمایان جهت پرداخت بیمه</li> </ul>	<b>۱۷</b> تأمین مالی و سرمایه
<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود مشکلات مجوزهای تولید</li> <li>- وجود چالش‌های حقوقی زنان</li> <li>- وجود سوءاستفاده‌های مختلف از تسهیلات تأمین اجتماعی</li> <li>- چالش‌های بیمه خوداشتغالی و تبدیل آن به بیمه کارفرما (عدم جایگاه واقعی خوداشتغالی و کارفرمایی)</li> <li>- تحمیل پرداخت بیمه به کارفرما به هنرمندان تازه‌کار</li> <li>- چالش بیمه‌ای بین مدیرعامل و هنرجو (صنعتگر بالقوه) و سازمان میراث فرهنگی</li> <li>- وجود قوانین دست و پاگیر در نهادهای دولتی در مسیر فعالیت فعالان صنایع دستی</li> </ul>	<b>۱۹</b> قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود مشارکت و کادر مدیریت در کنار هنرمندان</li> <li>- عدم وجود مدیران شایسته و خلاق</li> <li>- عدم شناخت درست از جایگاه مدیریت‌های این حوزه و کارآفرینی آن</li> <li>- عدم توجه به ضرورت ایجاد شرکت‌های هلدینگ با زیرمجموعه‌های مربوط</li> </ul>	<b>۲۰</b> مدیریت



گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۲۱	گردشگری	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم جذب گردشگران داخلی و خارجی</li> <li>- عدم برنامه ریزی درست جهت تقویت حوزه‌های گردشگری و صنایع دستی</li> <li>- عدم نیازسنجی گردشگران داخلی و خارجی</li> <li>- عدم توجه به نوع و کمیت گردشگران از کشورهای مختلف</li> <li>- عدم همکاری تورهای گردشگری و صنایع دستی</li> <li>- عدم آمار درست از میزان خرید کالاهای صنایع دستی توسط گردشگران خارجی</li> </ul>
۲۲	شرایط اقتصادی (داخلی-خارجی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- فقدان قدرت خرید مشتری</li> <li>- عدم وجود فضای کسب و کار مناسب در جامعه (افت فروش)</li> </ul>
۲۳	خصوصی‌سازی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- محدودیت فعالیت زنان در عرصه بخش خصوصی</li> <li>- انحصارگرایی و محدود کردن بخش خصوصی</li> <li>- کاهش میزان مالکیت زنان در ثروت بخشی بخش خصوصی</li> </ul>

با استناد به جدول ۲-۷ و براساس عقاید صاحب‌نظران نشست هم‌اندیشی، چرخه کسب و کار صنایع دستی هر چند که دارای انواع مختلف و گوناگونی است، تقریباً در همه ارکان از وجود نقایص و ایراداتی رنج می‌برد. از آنجایی که این نوع کسب و کار دارای جنبه‌های هنری نیز هستند، شدت این چالش‌ها دو چندان شده‌اند.

یک کسب و کار (یا صنعت) از دیدگاه کلان، متأثر از سیاست‌های حاکمیتی (شامل سیاست‌گذاری‌هایی که از جانب حکومت در جهت حمایت یا جهت‌دهی آن صنعت در راستای اهداف و برنامه‌های کلان کوتاه یا بلندمدت ملی صورت می‌گیرد)، و از دیدگاه خرد، تحت تأثیر چرخه کسب و کار صنعت (تولیدی یا خدماتی) است که به نوبه خود از برنامه‌ها، چشم‌اندازها، استراتژی‌ها، خط‌مشی‌های چهارگانه آمیخته بازاریابی و عوامل جانبی مانند توانمندسازها در حوزه صنایع دستی متأثر می‌شود. مشکلات و چالش‌های پیش روی کسب و کارهای فعال در حوزه صنایع دستی از هر دو حوزه نشأت می‌گیرند.

در یک جمع‌بندی کلی به نظر می‌رسد زیرساخت‌های حاکمیتی ذکر شده، دارای بیشترین نقش و دربرگیرنده مهم‌ترین عوامل باشند. از آنجایی که نقش حاکمیت در هر بازار یا اقتصادی تعیین‌کننده است، می‌توان این عناوین کلی را به عنوان عوامل حاکمیتی در این کسب و کار مطرح کرد. در واقع، عدم وجود برنامه‌ریزی کلان در حوزه صنایع دستی و یا عدم اجرای آن، همان‌طور که در برنامه چهارم و پنجم توسعه سیاسی اقتصادی آمده است، زمینه‌ساز افزایش مشکلات در تأمین، تولید، و فروش صنایع دستی است. در این راستا، دولت بایست اقدامات و بسترسازی مناسب را انجام دهد. به طور کلی، موارد اشاره شده در بندهای ۳، ۵، ۶، ۷، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ و ۲۲، به صورت مستقیم به نقش حاکمیت در حوزه این صنعت بر می‌گردد. بدین ترتیب، از آنجایی که در اقتصاد معمولاً سرمایه‌ها جذب بازارهایی با سوددهی بیشتر و البته امن‌تر می‌شوند، به طور طبیعی، فرار سرمایه و یا عدم سرمایه‌گذاری را می‌توان نتیجه اصلی این نواقص دانست.

## ۲-۴ بررسی میدانی نظر هنرمندان و صنعتگران حوزه صنایع دستی

در جریان نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی در خرداد ۹۳، تعداد کثیری از هنرمندان و تولیدکنندگان کالاهای صنایع دستی، داخلی و خارجی، جهت نمایش و فروش آثار ارزشمند خود حضور فعالی داشته‌اند. در این میان، به منظور کسب نظر این افراد در زمینه چالش‌های موجود در فرآیند کاری آنها، پرسشنامه‌ای<sup>۱</sup> شامل ۲ بخش سؤالات بسته و باز در اختیار ۷۰ صاحب نظر قرار گرفته است که در این میان تعداد ۵۳ نفر (نرخ پاسخ ۷۶٪) به سؤالات در محدوده زمانی نمایشگاه پاسخ داده‌اند. به طور کلی، بخش اول پرسشنامه به طرح ۲۰ سؤال کلی در زمینه میزان موافقت پاسخ‌دهندگان با چالش‌های از پیش تعیین شده می‌پردازد. در بخش دوم نیز، در پرسشی باز، چالش‌های اشاره نشده در ۲۰ سؤال بخش اول مورد پرسش قرار گرفته است.

در تحلیل بخش اول پرسشنامه و به منظور رتبه‌بندی اهمیت چالش‌ها از دید پاسخ‌دهندگان، آزمون فریدمن مورد بررسی قرار می‌گیرد و در بخش دوم، از رویکرد تحلیل محتوا برای سنجش نظرات افراد مشارکت‌کننده استفاده می‌شود. در ابتدا، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه حضوری با توجه به سن، تحصیلات و میزان سابقه کار در ادامه تشریح می‌شود. از لحاظ مشخصه سن، ۵۸ درصد ۲۵ سال و کمتر، ۲۳،۱ درصد بین ۲۶ تا ۳۰ سال، ۱۷،۳ درصد بین ۳۱ تا ۳۵ سال، ۱۱،۵ درصد بین ۳۶ تا ۴۰ سال و ۴۲،۳ درصد نیز بیشتر از ۴۰ سال هستند. بر اساس ویژگی تحصیلات نیز، ۵۱ درصد دیپلم و کاردانی، ۳۷،۳ درصد کارشناسی و ۱۱،۸ درصد نیز کارشناسی ارشد هستند؛ با توجه به سوابق کاری، ۲۱،۲ درصد دارای سابقه کاری کمتر از ۶ سال، ۲۳،۱ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال، ۱۵،۴ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال و ۴۰،۴ درصد نیز بیشتر از ۱۵ سال هستند.

بنابراین می‌توان ذکر کرد که نمونه مورد بررسی، نمونه مناسبی است. زیرا ۵۰ درصد نمونه دارای سابقه کاری بالای ۱۵ سال، و سطح تحصیلات بیشتر از کارشناسی هستند. این مورد نشان می‌دهد که افراد شرکت‌کننده در این بررسی از قابلیت لازم برای تکمیل سؤالات پرسشنامه برخوردارند. در ادامه، به منظور اولویت‌بندی چالش‌های مورد سؤال بر اساس اهمیت، آزمون فریدمن با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد استفاده قرار می‌گیرد. آزمون فریدمن یک آزمون غیرپارامتری به شمار می‌رود که با استفاده از آن می‌توان در بررسی حاضر، چالش‌های مورد سؤال از هنرمندان و صنعتگران را اولویت‌بندی کرد. جدول ۲-۸ خروجی حاصل از این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۲-۸ ترتیب اولویت چالش‌های صنایع دستی با استفاده از آزمون فریدمن (بخش اول)

گروه چالش‌ها در زمینه صنایع دستی		میانگین رتبه	کای اسکوتر	درجه آزادی	ضریب معناداری
۱	اطلاع‌رسانی و آموزش	۴،۵۶	۷۳،۰۲۳	۱۰	۰،۰۰۰
۲	تأمین مالی و سرمایه	۷،۵۰			
۳	حمایت و پشتیبانی دولتی	۶،۳۰			

<sup>۱</sup>. پرسشنامه مورد بررسی در پیوست ۱ ارایه شده است.

گروه چالش‌ها در زمینه صنایع دستی	میانگین رتبه	کای اسکور	درجه آزادی	ضریب معناداری
۴ خصوصی سازی	۴،۹۰	۷۳،۰۲۳	۱۰	۰،۰۰۰
۵ تعاونی‌ها و تشکلهای	۶،۱۷			
۶ گردشگری	۸،۰۳			
۷ تولید	۵،۶۷			
۸ فرهنگ	۴،۷۱			
۹ تبلیغات و بازاریابی	۷،۲۰			
۱۰ محصول	۵،۴۱			
۱۱ قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی	۵،۵۴			

همان‌طور که جدول ۲-۸ نشان می‌دهد، مقدار آماره آزمون کم‌تر از ۰،۰۵ است. بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که اولویت‌بندی این شاخص‌ها با یکدیگر متفاوت است. با توجه به میانگین رتبه هر یک از شاخص‌ها، ترتیب اولویت آنها مشخص می‌شود. در ادامه، ترتیب چالش‌های صنایع دستی از نظر اهمیت آن از دید هنرمندان و صنعتگران مورد بررسی، بر اساس مقدار میانگین رتبه ارائه می‌شود (جدول ۲-۹).

جدول ۲-۹ گروه‌های مؤلفه‌های مطرح شده هنرمندان غرفه‌دار در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران (بخش اول)

مؤلفه‌های مورد بررسی بر اساس اهمیت	
۱	گردشگری
۲	سرمایه و تأمین مالی
۳	تبلیغات و بازاریابی
۴	حمایت و پشتیبانی دولتی
۵	تعاونی‌ها و تشکلهای
۶	تولید
۷	قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی
۸	محصول
۹	خصوصی سازی
۱۰	فرهنگ
۱۱	آموزش

چنانکه در جدول ۲-۹ ملاحظه می‌شود، از میان همه چالش‌های مطرح شده، پاسخ‌دهندگان به بحث گردشگری، چه داخلی و چه خارجی، اشاره می‌کنند. این مورد نشان‌دهنده کاهش محسوس خریداران، به خصوصی خریداران خارجی با قدرت خرید

بالا است. در واقع، گلایه اول فعالان حوزه صنایع دستی بر کساد بازار صنایع دستی است که روزگاری مملو از گردشگران داخلی و خارجی بود. در درجه دوم، مشارکت‌کنندگان در تکمیل پرسشنامه، مشکلات تأمین مالی و سرمایه را متذکر می‌شوند. به عبارتی، عدم دسترسی مناسب به وام و تأمین مایحتاج کار از جمله مسائلی است که تولیدکنندگان فعال در این عرصه، بیشتر بدان توجه می‌کنند. آنگاه، عدم استفاده از تکنیک‌های بازاریابی و تبلیغاتی را توسط فعالان این حوزه مطرح می‌شود. گویا هنرمندان و صنعتگران خود نیز می‌دانند که با استفاده از روش‌های سنتی فروش نمی‌توان بازار فروش کالاهای خود را رونق بخشید. به خصوص دغدغه افراد پاسخ‌دهنده بر جنبه آگاهی‌بخش تبلیغات است. در واقع، عدم آشنایی مردم با رشته‌های مختلف صنایع دستی و ارزشمندی کالاهای تولیدی، زمینه‌ساز کساد بازار و نمایشگاه‌های صنایع دستی است.

بدین ترتیب و به شرح جدول ۲-۹، چالش‌ها به فراخور میزان اهمیت رتبه‌بندی می‌شوند و هر یک از پاسخ‌دهندگان، با توجه به شرایط محیطی و اختصاصی خود، به مشکلاتی از قبیل عدم استفاده نمادین از صنایع دستی در برنامه‌ها و سازمان‌های دولتی، مشکلات تأمین مالی و اعتباری، قانون‌های دست و پاگیر در بخش‌های مختلف از قبیل حمل و نقل، گمرک و سایر بخش‌های مرتبط، مشکل وجود واسطه‌های بسیار که خود عامل اساسی در افزایش قیمت این کالا به حساب می‌آید، مشکل کمبود امکانات و تجهیزات به خصوص شرایط بهداشتی کارگاه‌های آموزشی، عدم وجود تعاونی‌ها و تشکل‌های حمایت‌کننده فعالان صنایع دستی با قدرت قانونی کافی، مشکلات تولیدی چه در فرآیند تولید و چه در خود محصول و بسته‌بندی آن، عدم ترویج صنایع دستی به عنوان فرهنگی مولد و هویت‌نما، مباحث قیمت‌گذاری و دغدغه عدم توانایی در رقابت قیمتی با رقبای مهم از جمله چین و هند، عدم وجود بازارچه‌ها و فستیوال‌ها برای فروش کالاهای صنایع دستی، مباحث مربوط به خصوصی‌سازی که در حال حاضر دغدغه همه صنایع کشور محسوب می‌شود، عدم برگزاری هم‌اندیشی‌ها و همایش‌های عمومی برای آشنایی بیشتر قشر عام با صنایع دستی و جاذبه‌های آن، و در نهایت مباحث آموزشی اشاره می‌کنند.

با نگاهی اجمالی در ترتیب اولویت این چالش‌ها آشکار می‌شود که نگاه صنعتگران و هنرمندان به مشکلات آموزشی و جذب مناسب هنرآموز در درجه آخر اهمیت قرار دارد. در واقع می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که از یک سو، سایر چالش‌ها نسبت به این مورد از دید پاسخ‌دهندگان از اهمیت بسیار بیشتری برخوردار است، به گونه‌ای که مشکلات آموزشی چندان با اهمیت تلقی نمی‌شود. از سوی دیگر، مشکلات خاصی در جذب و آموزش هنرورزان توسط هنرمندان و صنعتگران فعال مشاهده نمی‌شود. شاید بتوان دلیل این مورد را در این دانست که خود هنرمندان و فعالان در بخش آموزش فعالیت دارند و کاستی‌های ممکن در حوزه فعالیت خود را مهم در نظر نمی‌گیرند.

در ادامه، در بخش دوم، پرسش تشریحی مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد. در این بخش، هنرمندان و صنعتگران به مبحث اساسی چالش‌های اشاره نشده در سؤالات بسته پاسخ می‌دهند. جدول ۲-۱۰ به طور خلاصه به پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان اشاره می‌کند.

جدول ۲- ۱۰ چالش‌ها و پیشنهادات هنرمندان غرفه‌دار در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران (بخش دوم)

نام هنرمند / حوزه کاری	چالش‌ها	پیشنهادهای
۱ بشارت / البسه اقوام ایرانی	- برپایی کم‌تعداد نمایشگاه‌ها در تهران و سایر شهرستان‌ها - کم بودن زمان برگزاری نمایشگاه‌ها - تخصیص مکان نمایشگاه به هنرمندان خاص	- افزایش تعداد نمایشگاه‌ها - افزایش زمان برگزاری نمایشگاه‌ها - دعوت بدون محدودیت از هنرمندان خاص
۲ همین بس تخته / حصیربافی	- عدم وجود مواد اولیه (نبود حصیر کافی) - عدم دسترسی به مواد اولیه	- ایجاد بازار مواد اولیه جهت دسترسی به حصیر
۳ امیرحسین یوسفی / شیشه‌گری فوتی	- عدم وجود صنف با ضمانت اجرایی برای کنترل اعمال تولیدکنندگان و بازار رقابت آنها	- ایجاد صنف با قدرت کافی
۴ سید علیرضا گلکار / تهرانی / شیشه‌گری	- برپایی بسیار کم نمایشگاه در ایران با توجه به سابقه صنایع دستی در ایران - عدم وجود تبلیغات محیطی و رسانه‌ای	- ایجاد تبلیغات گسترده - برپایی هرچه بیشتر نمایشگاه
۵ صغری بیات‌فر / گلیم و قالی / سیاه چادر عروسک و..	- عدم وجود نمایشگاه جهت فروش	- برپایی نمایشگاه‌های معرفی و فروش
۶ آقازاده / ارابه و آموزش هنرهای دستی	- نبود داوری‌های سالم در جشنواره‌ها - عدم ارابه مجوز و وام (نحوه نادرست اجرا و وجود باندهای بسیار سنگین در وزارتخانه صنایع دستی و میراث فرهنگی)	- برپایی جشنواره - حذف قوانین دست و پاگیر - ارابه تسهیلات لازم
۷ رضی‌زاده / سفال و سرامیک	- عدم وجود تبلیغات در زمان برپایی نمایشگاه	- ایجاد تبلیغات گسترده
۸ تودان روتن	- نبود تسهیلات بانکی با بهره کم	- ارابه تسهیلات بانکی و وام
۹ بحیرایی	- نبود بیمه کارگران	- بیمه کردن کارگران
۱۰ میناکاری اصفهان	- بها ندادن به هنرمندان بزرگ و فاصله گرفتن آنها از جایگاه واقعی‌شان - نبود انواع بیمه‌های بیکاری و بیماری، بدون تحمل هزینه‌های گزاف	- افزایش قیمت مواد اولیه و دستمزدها - ایجاد بیمه‌های خاص هنرمندان در دوران بازنشستگی
۱۱ حسینی	- عدم تشویق جوانان در روی آوردن به هنرهای صناعی - ندادن آگاهی و آموزش لازم و مناسب به جوانان	- تبلیغات گسترده و پیوسته
۱۲ عبدالپور / معرق	- نبود خریدار و بازار مناسب	- ایجاد تبلیغات جهت آگاهی از ارزش و قیمت صنایع دستی - ایجاد بازارهای فروش
۱۳ فاطمه لطفی	- کمبود نمایشگاه	- ایجاد نمایشگاه‌های مناسب

نام هنرمند / حوزه کاری	چالش‌ها	پیشنهادهای
۱۴ رحیم کشوری سعادت/نقش برجسته سفال	- عدم حمایت از اصول و خلاقیت فردی	- ایجاد برند و جلوگیری از کپی شدن طرح‌ها و نقش‌ها
۱۵ مهمان‌دوست / سفال و سرامیک	- نبود مشتری و بازار فروش	- تبلیغات موثر و گسترده قبل از برپایی هر نمایشگاه از طریق رسانه های عمومی
۱۶ سوزن‌دوزی بلوچستان	- عدم آشنایی مردم با این صنعت	- نیاز به تبلیغات مناسب
۱۷ همتی / زیورآلات سنتی	- عدم ایجاد مکان‌های مناسب جهت اشتغال و کارآفرینی	- ایجاد مکان‌های کاری جهت ارتقای سطح کاری هنرمندان
۱۸ یزدانی	- عدم توجه کافی به هنرمندان خلاق	- امتیاز دهی به هنرمندان خلاق
۱۹ ماکت‌سازی کشتی	- نبود جایگاه دائمی به منظور ارائه مستقیم در تمام فصول	- ایجاد نمایشگاه‌های دائمی
۲۰ شیشه‌سازی	- واسطه‌گری بسیار زیاد	- ایجاد نمایشگاه جهت ارتباط مستقیم فروشندگان کالاهای صنایع دستی به مشتریان نهایی
۲۱ همجوش شیشه	- هزینه سنگین نگهداری کارگاه‌ها	- حمایت و تسهیلات حفظ کارگاه‌ها
۲۲ چرم	- عدم وجود نمایشگاه‌های دائمی	- ایجاد نمایشگاه‌های دائمی
۲۳ سفال و سرامیک	- قوانین سخت جهت توسعه کار	- بازنگری قوانین مربوط
۲۴ فرش و گلیم دستبافت	- عدم بررسی مواد اولیه در نتیجه فقدان کیفیت لازم	- ایجاد تشکل جهت نظارت بر مواد اولیه
۲۵ سفال، کاشی و سرامیک	- قدرت خرید پایین مردم	- بالا بردن سطح درآمدی مردم
۲۶ خاتم و قلمزنی	- وجود واسطه و نبود بازار برای گردشگران	- ایجاد نمایشگاه جهت حذف واسطه - ایجاد نمایشگاه در مراکز گردشگری
۲۷ انواع گلیم	- کپی‌برداری طرح‌ها و نقش‌ها و از بین رفتن انگیزه کارآفرینی - تعطیلی کسب و کار به علت کار بی‌کیفیت - عدم علاقه مدیران - لزوم قرار گرفتن اداره میراث فرهنگی زیر نظر یک واحد مرکزی - وجود تبعیض - عدم واگذاری نمایشگاه‌ها به هنرمندان	- استفاده از مدیران مرتبط و علاقمند به صنایع دستی - عدم وجود ناداوران - عدم واگذاری غرفه‌ها به واسطه‌ها
۲۸ صنایع چرم رئوفی	- عدم ایجاد نمایشگاه‌های خارجی	- ایجاد نمایشگاه‌های دائمی
۲۹ چرم	- عدم وجود بازار جهت فروش محصولات	- ایجاد بازار فروش
۳۰ چرم امامی	- کمبود حمایت لازم از صنایع دستی	- نشان دادن اهمیت صنایع دستی - حمایت لازم از این صنعت
۳۱ سفال و سرامیک	- عدم حمایت مالی از هنرمندان	- ارائه تسهیلات مناسب

نام هنرمند / حوزه کاری	چالش‌ها	پیشنهادهای
۳۲ قلمزنی و حکاکی سنگ	- نبود بازار جهت ارایه محصولات	- برپایی نمایشگاه‌های مناسب
۳۳ سفال و سرامیک	- نبود حمایت مالی جهت سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال - نبود بازار جهت ارایه محصولات	- ارایه تسهیلات لازم - ایجاد بازار فروش
۳۴ سنگ فیروزه	- عدم ایجاد بازارهای فروش و نمایشگاه‌های داخلی و خارجی	- ایجاد بازارهای فروش - نمایشگاه‌های داخلی و خارجی
۳۵ پته‌دوزی /	- نبود امکانات و تسهیلات لازم برای مشارکت بیشتر شهرستانی‌ها در نمایشگاه‌های تهران	- برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای با تسهیلات بیشتر
۳۶ صنایع دستی فلزی	- کمبود و گرانی مواد اولیه - کم بودن خریداران کالاها	- بهبود وضعیت فروش
۳۷ نساجی سستی	- ورود اجناس چینی	- جذب گردشگران
۳۸ آبگینه	- عدم شناخت عمومی از این صنعت	- تبلیغات در جهت شناساندن محصولات به جامعه
۳۹ قلمزن روی چرم	- مشکلات دریافت وام - عدم حمایت مالی هنرمندان و فعالان این حوزه	- ایجاد تسهیلات مالی لازم
۴۰ پیکرتراشی چوبی	- کم بودن بازار خریداران - کمبود نمایشگاه‌های معرفی محصولات - عدم تبلیغات و حمایت رسانه‌ها	- تبلیغات آگاهی‌بخش و ترغیب‌کننده در رسانه‌های گروهی به خصوص تلویزیون
۴۱ پته‌دوزی /	- توان مالی پایین خریداران	- جذب گردشگران
۴۲ آبگینه	- کم بودن خریدار و بازار محصولات چینی	- شناسایی و معرفی محصولات صنایع دستی
۴۳ صنایع دستی فلزی	- واسطه‌های بسیار	
۴۴ نساجی سستی	- عدم توجه کافی به هنرمندان - عدم حمایت مالی لازم	- افزایش تسهیلات بانکی با بهره کم
۴۵ قلمزنی روی چرم	- عدم وجود خریدار	- معرفی و تبلیغ محصولات
۴۶ پیکرتراشی چوبی	- عدم نظارت و حمایت یکسان از هنرمندان	- تضمین خرید محصولات - ایجاد بازارهای خارجی
۴۷ تراش روی شیشه	- عدم وجود صنف‌های صنایع دستی	- ایجاد بازارچه صنایع دستی
۴۸ صنایع دستی سنگی	- عدم وجود بازارها و خریداران خارجی	- نمایشگاه‌های خارج از کشور - تبلیغات داخلی و خارجی - فراهم آوردن امکان صادرات کالاها
۴۹ هنرهای دستی وابسته به معماری	- عدم شناخت عمومی از هنرهای اصیل و سنت‌های وابسته به آن	- تبلیغات وسیع و معرفی گسترده هنرهای اصیل و سنتی

بر اساس مؤلفه‌های مطرح شده از سوی هنرمندان و فعالان غرفه‌دار در نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران می‌توان به گروه‌بندی عوامل کلی اشاره کرد. تحلیل محتوای نظرات بیان شده نشان می‌دهد که ۱۶ عامل کلی مورد توجه این هنرمندان بوده است. این عوامل ۱۶ گانه در جدول ۲-۱۱ مشخص شده است که بدین شرح هستند: نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها، مواد اولیه، تشکلات و تعاونی‌ها، تبلیغات و بازاریابی، تأمین مالی و سرمایه، اطلاع‌رسانی و آموزش، بازار و مکان فروش، واسطه‌های فروش، تولید، حمایت دولتی، قوانین و مقررات، گردشگری، شرایط اقتصادی (داخلی و خارجی)، مدیریت، مالکیت معنوی و فرهنگ.

جدول ۲-۱۱ گروه‌های مؤلفه‌های مطرح‌شده هنرمندان غرفه‌دار در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران (بخش دوم)

گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۱	نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تعداد اندک نمایشگاه‌ها در تهران و سایر شهرستان‌ها</li> <li>- کم بودن زمان برگزاری نمایشگاه‌ها</li> <li>- تخصیص مکان نمایشگاه به هنرمندان خاص</li> <li>- عدم وجود نمایشگاه‌های دائمی جهت فروش بدون واسطه</li> <li>- عدم برپایی نمایشگاه‌های داخلی و خارجی</li> <li>- عدم واگذاری نمایشگاه‌ها به هنرمندان</li> <li>- وجود تبعیض و ناداوری در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها</li> </ul>
۲	مواد اولیه	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود مواد اولیه (نبود حصیر کافی)</li> <li>- عدم دسترسی به مواد اولیه</li> <li>- عدم بررسی مواد اولیه در نتیجه فقدان کیفیت لازم</li> <li>- کمبود مواد اولیه</li> </ul>
۳	تشکلات و تعاونی‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود صنف با ضمانت اجرایی برای کنترل اعمال تولیدکنندگان و بازار رقابت آنها</li> <li>- عدم وجود صنف‌های قدرتمند برای رفع مشکلات در حوزه صنایع دستی</li> </ul>
۴	تبلیغات و بازاریابی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود تبلیغات محیطی و رسانه‌ای گسترده و پیوسته (آگاهی‌بخش و ترغیب‌کننده)</li> <li>- عدم وجود تبلیغات قبل از شروع و در زمان برپایی نمایشگاه از طریق رسانه‌های عمومی</li> <li>- نیاز به تبلیغات مناسب جهت آگاهی مردم از ارزش و قیمت صنایع دستی</li> <li>- نیاز به تبلیغات و معرفی هنرهای اصیل و سنتی ایران (داخلی و خارجی)</li> <li>- عدم توجه به شناسه‌سازی</li> </ul>
۵	تأمین مالی و سرمایه	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود تسهیلات بانکی با بهره کم</li> <li>- مشکلات دریافت وام</li> <li>- ارایه تسهیلات مناسب در برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای تهران (مشارکت بیشتر هنرمندان مستقر در شهرستان‌ها)</li> </ul>



گروه عوامل		مؤلفه‌های مطرح شده
۶	اطلاع‌رسانی و آموزش	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ندادن آگاهی و آموزش لازم و مناسب به جوانان</li> <li>- عدم تشویق جوانان در روی آوردن به هنرهای صناعی</li> </ul>
۷	بازار و مکان فروش	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم ایجاد مکان‌های مناسب جهت اشتغال و کارآفرینی</li> <li>- نیاز به ایجاد بازارها و بازارچه‌های فروش (داخلی و خارجی)</li> <li>- نبود جایگاه دایمی به منظور ارایه مستقیم در تمام فصول</li> </ul>
۸	واسطه‌های فروش	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشکل واسطه‌گری بسیار زیاد</li> <li>- واگذاری غرفه‌ها به واسطه‌ها</li> </ul>
۹	تولید	<ul style="list-style-type: none"> <li>- هزینه سنگین نگهداری کارگاه‌ها</li> <li>- تعطیلی کسب و کار به علت کار بی‌کیفیت</li> </ul>
۱۰	حمایت دولتی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نیاز به حمایت و تسهیلات حفظ کارگاه‌ها</li> <li>- نبود انواع بیمه‌های بیکاری و بیماری، بدون تحمل هزینه‌های گزاف</li> <li>- نیاز به حمایت جهت بهبود وضعیت فروش</li> <li>- عدم حمایت مالی جهت سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال</li> <li>- عدم توجه کلفی به هنرمندان خلاق</li> <li>- عدم توجه به حمایت‌های رفاهی به خصوص بیمه هنرمندان و فعالان این حوزه</li> <li>- فراهم نبودن امکان صادرات محصولات</li> <li>- عدم نظارت و حمایت یکسان از هنرمندان</li> </ul>
۱۱	قوانین و مقررات	<ul style="list-style-type: none"> <li>- قوانین سخت جهت توسعه کار</li> <li>- نبود کنترل بر واردات کالای خارجی به خصوص صنایع دستی چینی</li> <li>- قوانین دست و پاگیر (داخلی و صادراتی)</li> <li>- عدم تضمین خرید محصولات</li> <li>- قوانین نامناسب در ارایه مجوز و اعطای وام</li> </ul>
۱۲	گردشگری	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود بازار برای گردشگران (مستقر در مراکز گردشگری)</li> <li>- مشکلات جذب گردشگران</li> </ul>
۱۳	شرایط اقتصادی (داخلی و خارجی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- قدرت خرید پایین مردم</li> </ul>
۱۴	مدیریت	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم استفاده از مدیران مرتبط و علاقمند به صنایع دستی</li> <li>- لزوم قرار گرفتن اداره میراث فرهنگی زیر نظر یک واحد مرکزی</li> <li>- وجود باندهای بسیار سنگین در سازمان‌های متولی به عنوان مانع رشد این صنعت</li> </ul>
۱۵	مالکیت معنوی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کپی‌برداری طرح‌ها و نقش‌ها و در نتیجه از بین رفتن انگیزه کارآفرینی</li> </ul>
۱۶	فرهنگ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- به ندادن به هنرمندان بزرگ و فاصله گرفتن آنها از جایگاه واقعی‌شان</li> <li>- عدم توجه به اصول و خلاقیت فردی به عنوان فرهنگ کار</li> </ul>

به طور کلی، با توجه به جدول ۲-۱۰ چنین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که دغدغه اساسی مصاحبه‌شوندگان، در گروه‌های ۱۶گانه قرار می‌گیرد. البته، با توجه به جزئیات مطرح شده توسط این افراد، می‌توان چنین مطرح کرد که نگاه اکثر پاسخ‌دهندگان و رای خود است. به عبارت دیگر، در تحلیل چالش‌های پیش‌رو، بیشتر به انتظارات خود از دولت، مصرف‌کنندگان و جامعه اشاره می‌کنند. به طور مثال، در رابطه با عامل "آموزش و اطلاع‌رسانی"، تنها به فعالیت جلب و آموزش از نگاه خارجی اشاره می‌کنند و کمبودهای ممکن در زمینه آموزش‌دهندگان را مدنظر قرار نمی‌دهند.

در ادامه، با تحلیل محتوای کمی همه عوامل در هر یک از جداول چهارگانه، تحلیل بهتری از چالش‌های مورد بحث صورت می‌گیرد. در واقع، یکی از دلایل اصلی بررسی موارد چهارگانه، توجه به بعد جامعیت در کسب داده‌های لازم است تا از زوایای مختلف، موضوع مورد بررسی قرار گیرد و از نگاه تک‌جانبه خودداری شود. بدین ترتیب، تلاش می‌شود، هر یک از بخش‌ها به صورت جداگانه و نیز در کل تحلیل محتوا شوند.

## ۲-۲ تحلیل محتوای چالش‌های مذکور در جداول چهارگانه

برلسون<sup>۱</sup> (۱۹۵۲) تحلیل محتوا را "روشی برای مطالعه عینی، کمی و سیستماتیک فرآورده‌های ارتباطی (محتوای آشکار پیام) جهت رسیدن به تفسیر" تعریف کرده است. همان‌طور که از این تعریف اقتباس می‌شود، در استفاده از این رویکرد، باید از اعمال سلیقه بدون قاعده و منطق اجتناب کرد و از رویکردی یکسان در کل فرآیند تحلیل بهره‌مند بود.

به طور کلی، صاحب‌نظران تلویحا و صریحا معیارهای زیر را در تقسیم‌بندی کاربردهای تحلیل محتوا در نظر داشته‌اند (محمدی‌فر، ۱۳۸۷):

الف) از لحاظ سطح تحلیل (توصیفی و تحلیلی). در تحلیل محتوای توصیفی، صرفا به توصیف ویژگی‌های پیام (ساختار و محتوا) پرداخته می‌شود. این در حالی است که در تحلیل محتوای استنباطی، از طریق سنجش متغیرهای مرتبط با پیام و محتوا، می‌توان درباره پیشینه و آثار پیام نیز استنتاج کرد.

ب) از جنبه تعداد منابع (موردپژوهی یا تطبیقی). در تحلیل محتوای موردپژوهی، تنها منبع مورد مطالعه، یک رسانه یا فرآورده ارتباطی است، در حالی که در تحلیل محتوای تطبیقی، از دو یا چند رسانه یا فرآورده ارتباطی به عنوان مرکز توجه تحلیل استفاده می‌شود.

ج) بر اساس دوره زمانی (مقطعی، مقایسه‌ای، روندپژوهی). در تحلیل محتوای مقطعی، تحقیق در یک دوره زمانی خاص انجام و تحلیل می‌شود و نگاه بر موضوع تحقیق، بر اساس شرایط موجود در آن مقطع زمانی تحلیل می‌شود. در تحلیل محتوای مقایسه‌ای، داده‌های دو مقطع زمانی مورد تحلیل و مقایسه قرار می‌گیرد. در نهایت، در تحلیل محتوای روندپژوهی، دوره زمانی

<sup>۱</sup>. Berelson

خاصی به عنوان مرکز بررسی داده‌های تحقیق قرار می‌گیرد و تلاش می‌شود موضوع تحقیق در بستر زمان جریان یابد و تحلیل شود تا روند تغییرات متغیرهای تحقیق مورد ملاحظه قرار گیرد.

بدین ترتیب، تحلیل محتوا در طرح حاضر با استفاده از رویکرد توصیفی، تطبیقی و مقطعی صورت می‌پذیرد. به عبارت دیگر، در این طرح، به منظور سنجش محتوای پیام، از توصیف ویژگی‌های ساختاری یا محتوایی پیام‌های بدست آمده از چند رسانه یا فرآورده ارتباطی در یک مقطع زمانی استفاده می‌شود.

اساس تحلیل محتوای کمی، بر کمی کردن کیفیت‌ها و متن مورد بررسی استوار است و به همین خاطر، کمی بودن بارزترین ویژگی تحلیل محتوا محسوب می‌شود. در واقع در این روش، تجزیه و تحلیل فرآورده‌های ارتباطی بر پایه آمار و ارقام و فراوانی و درصدها انجام می‌شود. یکی از مزیت‌های این روش، کمی کردن توصیف‌هاست، که نسبت به توصیف‌های کیفی اطلاعات دقیق‌تری ارائه می‌دهند (هولستی<sup>۱</sup>، ۱۳۸۰). اولین مرحله در تحلیل محتوا، تشخیص کلمه‌های منفرد در متن است. آنگاه بر اساس کلمات و عبارات حاصل، مقوله‌های اصلی شناسایی می‌شود. مقوله‌بندی و تشخیص مؤلفه‌های اساسی به نحوی صورت می‌پذیرد که تفاوت‌های میان مقوله‌ها با هم، و همچنین شباهت‌های داخل هر مؤلفه (عناصر داخل هر مقوله) بیشترین شود. خصوصیات مشترک این عناصر علت این گردآوری است. در انتخاب مقوله‌ها معیارهایی نظیر اصول تناسب، همگنی، عینیت، جامعیت و مانعیت را می‌توان به کار برد. آنگاه، با شمارش فراوانی تکرار مؤلفه‌ها در داده‌های مورد بررسی، اولویت و اهمیت هر یک از این مقوله‌ها، در مقایسه با سایر عوامل، تعیین می‌شود. در جدول ۲-۱۲ فراوانی تکرار عوامل و مؤلفه‌های چالش‌های صنایع دستی به تفکیک منابع دریافت داده‌ها (مقالات و طرح‌ها، گزارش مطبوعاتی، نشست هم‌اندیشی و مصاحبه) ارائه می‌شود.

جدول ۲-۱۲ فراوانی تکرار چالش‌های نهایی حاصل از جداول چهارگانه

فراوانی تکرار در...	مقالات و طرح‌ها	گزارش مطبوعاتی	نشست هم‌اندیشی	مصاحبه	مجموع	درصد فراوانی تکرار
مواد اولیه	-	۸	۲	۵	۱۵	۲/۹
تولید	۲	۳۱	۹	۲	۴۴	۸/۴
محصول	-	۱۷	-	-	۱۷	۳/۲
برنامه و استراتژی مدون	-	۱۶	۲	-	۱۸	۳/۴
اطلاع‌رسانی و آموزش	۴	۲۱	۱۷	۳	۴۵	۸/۶
حمایت و پشتیبانی دولتی	۳	۳۰	۱۲	۱۰	۵۵	۱۰/۵
همکاری میان نهادهای ذیربط	-	۴	۷	۱	۱۲	۲/۳
مالکیت معنوی	-	۲	-	۱	۳	۰/۶

<sup>۱</sup>. Holsti

فراوانی تکرار در...	مقالات و طرح‌ها	گزارش مطبوعاتی	نشست هم‌اندیشی	مصاحبه	مجموع	درصد فراوانی تکرار
فرهنگ	۹	۱۹	۳۰	۱۳	۷۱	۱۳/۵
قیمت‌گذاری	-	۵	-	-	۵	۱/۰
تبلیغات و بازاریابی	۲	۲۵	۴	۳	۳۴	۶/۵
بازار و مکان فروش	-	۹	۳	۱۰	۲۲	۴/۲
تامین مالی و سرمایه	-	۷	۷	۱	۱۵	۲/۹
شرایط اقتصادی (داخلی-خارجی)	۱	۳	-	۴	۸	۱/۵
قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی	-	۱۶	۴	۷	۲۷	۵/۲
رقابت و شرایط بازار	۱	۱۹	۹	۴	۳۳	۶/۳
گردشگری	-	۷	۳	۱	۱۱	۲/۱
خصوصی‌سازی	۱	۲	۳	۲	۸	۱/۵
مدیریت	۱	۹	۵	۳	۱۸	۳/۴
تشکل‌ها و تعاونی‌ها	۲	۶	-	-	۸	۱/۵
نمایشگاه‌ها	-	۵	۱	۱۰	۱۶	۳/۱
زیرساخت‌های توسعه صنایع دستی	۱	۴	۱	-	۶	۱/۲
واسطه‌های فروش	-	۳	-	۳	۶	۱/۲
هنر- مهارت	۶	۴	۷	-	۱۷	۳/۲
محیط زیست	۲	-	۵	۱	۸	۱/۵
فعالیت‌های اداری	-	-	۲	-	۲	۰/۳
مجموع					۵۲۴	۱۰۰،۰

همان‌طور که در جدول ۲-۱۲ مشاهده می‌شود، تعداد دفعات طرح مباحث مرتبط با هر یک از مؤلفه‌های مشخص شده، در ستون "مجموع" مشخص شده است. با استفاده از اطلاعات مربوط به این ستون، می‌توان ترتیب اهمیت این مؤلفه‌ها را مشخص کرد. بخش سمت راست جدول ۲-۱۳، این ترتیب اولویت را نشان می‌دهد. در برخی موارد که فراوانی تکرار دو یا سه مؤلفه برابر هستند، بدون در نظر گرفتن ترتیب عمودی، عوامل در همان ردیف به صورت افقی ارایه شده‌اند. به طور مثال، در ردیف نهم اهمیت، هر دو مؤلفه برنامه مدون و مدیریت در مقالات و طرح‌ها، گزارش مطبوعاتی، نشست هم‌اندیشی و مصاحبه از اهمیت یکسانی برخوردار بوده است.

جدول ۲-۱۳ مقایسه ترتیب اولویت گروه چالش‌های مطرح شده

گروه چالش‌ها در تحلیل محتوا بر اساس فراوانی تکرار	گروه چالش‌ها در پرسشنامه بر اساس آزمون فریدمن
۱ فرهنگ	۱ گردشگری
۲ حمایت و پشتیبانی دولتی	۲ تأمین مالی و سرمایه
۳ اطلاع‌رسانی و آموزش	۳ تبلیغات و بازاریابی

گروه چالش‌ها در تحلیل محتوا بر اساس فراوانی تکرار		گروه چالش‌ها در پرسشنامه بر اساس آزمون فریدمن	
۴	تولید	۴	حمایت و پشتیبانی دولتی
۵	تبلیغات و بازاریابی	۵	تعاونی‌ها و تشکلات
۶	رقابت و شرایط بازار	۶	تولید
۷	قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی	۷	قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی
۸	بازار و مکان فروش	۸	محصول
۹	برنامه و استراتژی مدون	۹	خصوصی‌سازی
۱۰	محصول	۱۰	فرهنگ
۱۱	نمایشگاه‌ها	۱۱	آموزش
۱۲	تامین مالی و سرمایه		
۱۳	گردشگری		
۱۴	تشکلات و تعاونی‌ها		
۱۵	زیرساخت‌های توسعه صنایع دستی		
۱۶	قیمت‌گذاری		
۱۷	مالکیت معنوی		
۱۸	فعالیت‌های اداری		
	همکاری نهادهای ذیربط		
	مواد اولیه		
	شرایط اقتصادی		
	خصوصی‌سازی		
	واسطه‌های فروش		

به‌علاوه، در بخش سمت چپ جدول ۲-۱۳، ترتیب چالش‌های بدست آمده از پرسشنامه نظرخواهی از فعالان و تولیدکنندگان حوزه صنایع دستی با استفاده از آزمون فریدمن ارایه شده است. هر چند روش‌های آماری دو بخش جدول ۲-۱۳ یکسان نیستند، ولی می‌توان به طور کلی، اطلاعات حاصل از دو بخش کمی و کیفی را با یکدیگر مقایسه کرد و به نتایجی دست یافت. در واقع، دلیل انتخاب رویکرد ترکیبی همزمان-زاویه‌بندی در این طرح، بررسی موضوع تحقیق از دو بعد کیفی و کمی است. در این روش، نه تنها اطلاعات حاصل از دو رویکرد کمی و کیفی با هم ترکیب می‌شوند، بلکه می‌توان در نهایت، نتایج بدست آمده از دو رویکرد را با یکدیگر مقایسه کرد. به خصوص که در طرح حاضر، با ارتباط بخشیدن نتایج حاصل از هر کدام از روش‌های کمی و کیفی به جامعه منتخب مورد بررسی، می‌توان به نتایج قابل توجهی دست یافت.

همانطور که در بخش‌های قبل ذکر شده است، جامعه هدف بررسی کمی تحقیق، صرفاً تولیدکنندگان و هنرمندان فعال در صنایع دستی هستند. در حالی که در بخش تحلیل محتوای صورت پذیرفته، مجموع چهار گروه از صاحب‌نظران مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به عبارتی، در این بخش، تمرکز بر نظرات نویسندگان و محققان، مسئولان دولتی، فعالان اجتماعی، کارآفرینان و تولیدکنندگان صنایع دستی بوده است. همانطور که در بخش تحلیل کمی مشاهده می‌شود، عوامل مرتبط با کسب و کار از قبیل خریداران بالقوه و بازار، تأمین مالی و سرمایه، و تبلیغات و بازاریابی بیشتر مطرح شده است. در مقابل، مباحث فرهنگی و آموزشی در ردیف آخر اولویت قرار گرفته‌اند. این مورد، بیانگر نگاه کوتاه‌مدت این افراد به مباحث مربوط به کسب و کار صنایع دستی است. در واقع، فعالان این حوزه، در پی انجام فعالیت‌های زود بازده هستند و در رسیدن به اهداف سودآوری خود

شتاب دارند. از سوی دیگر، در بخش تحلیل محتوا، از آنجایی که جامعه هدف کامل‌تری مورد تمرکز قرار گرفته است، ترکیبی از عوامل کوتاه‌مدت و بلندمدت مدنظر بوده است. هر چند دید بلندمدت بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. به طوری که در مباحث چالش‌ها، بیشتر به عوامل فرهنگی-اجتماعی و حمایت دولتی در توسعه کسب و کار صنایع دستی اشاره شده است.

به علاوه، همان‌گونه که در جدول ۲-۱۲، حاصل از جداول چهارگانه نمایان است، فراوانی تکرار هر مؤلفه در گروه چالش‌های مقالات و طرح‌ها، گزارش مطبوعاتی، نشست هم‌اندیشی و مصاحبه بررسی شده است که در یک تحلیل مقایسه‌ای، ارایه دهنده موانع اصلی توسعه کسب و کار در این حوزه هستند. لازم به ذکر است، در انتخاب مقالات و طرح‌ها، از آنجایی که کلیدواژه مورد نظر "صنایع دستی" و "هنرهای صناعی" بوده است، در طرح حاضر، موارد مشاهده شده تنها در برگرفته جامعه دانشگاهی هنر است. بنابراین، بیشترین چالش‌های اشاره شده در حوزه فرهنگ، اطلاع‌رسانی و آموزش، و هنر-مهارت بوده است. به طوری که در این مقالات با رویکردی دانش‌بنیان، سه مؤلفه مذکور از موانع مهم توسعه کسب و کار این در نظر گرفته شده است و مواردی دیگر همچون حمایت و پشتیبانی دولت، تبلیغات و بازاریابی، اهمیت تولید و شرایط اقتصادی داخلی و خارجی، به عنوان عوامل مکمل معرفی شده است. بالطبع، نویسندگان مقالات و طرح‌ها، بنا بر فعالیت در حوزه دانش و پژوهش، بیشتر از دیدگاه فرهنگی - آموزشی به این موضوع نگاه داشته‌اند و دید اقتصادی و بازرگانی را تا حدودی نادیده گرفته‌اند. البته این به معنی بی‌ارزش بودن مؤلفه‌های دیگر در توسعه این حوزه نیست. بلکه بیشتر اولویت اولیه و دیدگاه پایه‌ای و بنیانی آنها به این مقوله است که به نوبه خود این سوال را در ذهن تداعی می‌کند که چرا برخی از مؤلفه‌ها همچون بازار و مکان فروش، تامین مالی و سرمایه، قیمت‌گذاری، همکاری میان نهادهای ذیربط، برنامه و استراتژی مدون، محصول و مواد اولیه از دیدگاه این صاحب‌نظران مورد اغماض قرار گرفته است. البته بخشی از آن، به دلیل فقدان دانش لازم و تسلط کافی جامعه دانشگاهی به صورت مکمل به هر دو حوزه هنر و اقتصاد و بازرگانی است. بخشی دیگر به عدم توجه به حوزه اقتصاد هنر بر می‌گردد که البته ریشه در دلیل قبلی نیز دارد و بخشی از آن هم ناشی از عدم انتشار مقالات، طرح‌ها و پژوهش‌ها در این حوزه است که می‌تواند ریشه در نبود اساتید و کارشناسان خبره و مسلط به هر دو موضوع داشته باشد. در مجموع، همواره در جامعه دانشگاهی ایران این شکاف بین رشته‌های مهارتی و دانش بنیان وجود داشته است. بنابراین، ضروری است به میان‌رشته‌های این حوزه در توسعه پایدار صنایع دستی توجه جدی شود. از جمله رشته‌های مرتبط با این حوزه می‌توان به مواردی همچون اقتصاد هنر، کارآفرینی هنر و حتی جامعه‌شناسی هنر اشاره کرد.

در مقابل، چالش‌های مطرح شده در گزارش مطبوعاتی از جامعیت بیشتری نسبت به مقالات و طرح‌ها برخوردار است. به نظر می‌رسد نگاه مسئولان و مدیران اجرایی دولتی در طرح چالش‌های این حوزه، زوایای مختلف و دیدگاه‌های بیشتری را در بر گرفته است. به طوری که در ارایه موانع موجود بر توسعه کسب و کار، به اکثر موضوعات ۲۵ گانه دسته‌بندی شده اشاره شده است. در ادامه نیز، درصد تکرار این مباحث در گزارش‌های مطبوعاتی تشریح می‌شود.

با توجه به جدول ۲-۱۲، بیشترین تکرار فراوانی چالش‌ها در گزارش مطبوعاتی به مؤلفه تولید اشاره دارد. بعد از آن به ترتیب، حمایت و پشتیبانی دولتی، تبلیغات و بازاریابی، اطلاع‌رسانی و آموزش، فرهنگ، محصول، برنامه و استراتژی مدون مورد توجه قرار گرفته است. جالب آنست که از دید مسئولین ذیربط، عامل تولید به دلیل ماهیت اصلی فرایند یک کسب و کار در درجه اولویت چالش‌ها با بیشترین تکرار (۳۱ مرتبه) مطرح شده است. در حالی که این عامل در فراوانی گزارش‌های دیگر از درجه اهمیت کمتری برخوردار است.

همان‌طور که از دیدگاه جهانی GEM، کشور ایران در حوزه صنایع دستی به عنوان کشوری منبع-محور ذکر شده است، از ظرفیت‌های بالقوه انبوهی در تولیدات متنوع صنایع دستی برخوردار است. متأسفانه بسیاری از کشورهای رقیب با شناخت درست از جامعه هنری ایران از این بسترها به عنوان فرصت‌های رقابتی خود بیشتر استفاده کرده‌اند. انتظار می‌رود در جامعه‌ای که مسئولان، آگاهی کافی به فرصت‌های موجود در صنایع دستی دارند، اقدامات توسعه‌ای جدی صورت پذیرد.

در واقع، با توجه به گزارش مطبوعاتی می‌توان چنین مطرح کرد که در صورت برخورداری از حمایت و پشتیبانی دولتی در بستر بازاریابی و تبلیغات گسترده، می‌توان با برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی مدون، همراه با نظارت سالم قوانین و مقررات اصلاح شده، محصولاتی با اصالت فرهنگی در یک رقابت سالم به بازار عرضه کرد و شرایط توسعه کسب و کار این حوزه را فراهم کرد.

در مقایسه با موارد مطرح شده، نکته قابل توجه در گزارش نشست هم‌اندیشی، تأکید بیشتر صاحب‌نظران به مقوله‌های فرهنگی و دانش بنیان این حوزه بوده است. با وجود آنکه حاضران در پنل‌های نشست هم‌اندیشی، بیشتر شامل اساتید کارآفرین و هنرمندان صاحب کسب و کار بوده‌اند، انتظار می‌رفت که موارد بازرگانی و مرتبط با کسب و کار در اولویت قرار گیرند. در حالی که مؤلفه‌های فرهنگ و حمایت و پشتیبانی دولتی، به عنوان مهم‌ترین عامل‌های توسعه کسب و کار بیشتر قابل توجه گروه نشست قرار گرفته است. در واقع، بنابر نظر صاحب‌نظران نشست، این عوامل به عنوان شالوده، تعیین‌کننده میزان نقش عوامل دیگر همچون مدیریت رقابت و شرایط بازار و مؤلفه‌های دیگر چالش‌ها به حساب می‌آیند.

همین دغدغه را در بررسی گزارش مصاحبه با غرفه‌داران نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران می‌توان مشاهده کرد. در نمایشگاه مذکور، گروه وسیعی از هنرمندان و تولیدکنندگان فعال سراسر کشور در حوزه صنایع دستی حضور داشته‌اند که آنها نیز به مؤلفه زیرساخت‌های فرهنگی و تشکیل نمایشگاه‌های متعدد فروش تأکید داشته‌اند و امکان توسعه کسب و کار در این حوزه را در تعدد مکان‌های فروش و بازاریابی بیشتر با حمایت و پشتیبانی دولتی در نظر گرفته‌اند. با نگاه اجمالی به کلیه مؤلفه‌های این چالش‌ها، میزان اهمیت و توجه به هر یک از آنها قابل بررسی است که به نوبه خود، عرصه گسترده‌ای برای پژوهش‌های بعدی را فراهم می‌آورد.

## جمع‌بندی فصل دوم

مطابق سوال دوم طرح، مبنی بر معرفی چالش‌های اصلی حوزه صنایع دستی (هنرهای صناعی)، فصل دوم به بررسی وضعیت موجود این حوزه از هنرهای سنتی و آرایه چالش‌ها و موانع توسعه کسب و کار آن از زوایای مختلف پرداخته است. همان‌گونه که در جداول چالش‌ها قابل بررسی است، اهم مشکلات و معضلات به اجمال از دیدگاه‌های مختلف صاحب‌نظران دانشگاهی و غیردانشگاهی، هنرمندان، صنعتگران، صاحبان کسب و کار، مسئولان دولتی و غیردولتی، تشکل‌ها، اتحادیه‌ها، اصناف و دیگر فعالان این حوزه حتی مشتریان، مورد بررسی و تدوین قرار گرفته است. در این راستا تلاش شده است از فرصت‌های بهره‌گیری از نظرات گروه‌های مختلف در طول طرح اعم از همایش‌ها، نشست‌ها و هم‌اندیشی‌های مرتبط با این موضوع در بررسی میدانی استفاده شود و ابزارهایی همچون مصاحبه با جامعه هدف مورد نظر به کار روند تا در مجموع، چالش‌های مطرح در حوزه صنایع دستی تدوین شوند و در نهایت، به صورت عوامل اصلی با فراوانی تکرار و اولویت‌های توسعه کسب و کار این حوزه مطابق جدول چالش‌ها تعیین شوند.

در این راستا پس از گردآوری نظرات جامعه هدف، تحلیل محتوای کیفی از موارد مطرح شده با تعریف کدگذاری‌های مناسب صورت پذیرفته است و آنگاه، بر اساس رویکرد تحلیل محتوای کمی، اولویت موانع توسعه بر حسب فراوانی تکرار مؤلفه‌ها تعیین شده است، تا در آخر، مجموعه‌ای از عوامل بر حسب اهمیت مشخص شوند.

تحلیل محتوای چالش‌های ذکر شده از چند منظر قابل بررسی است. بر اساس رویکرد اجتماعی و جامعه‌شناسانه به این حوزه، همکاری میان نهادهای ذیربط از دیدگاه صاحب‌نظران مورد غفلت قرار گرفته است. این در حالی است که مؤلفه اشاره شده، از درجه اهمیت بالایی در بهبود شرایط کسب و کار صنایع دستی برخوردار است. این امر ریشه در ضعف تفکر کار گروهی در ایران دارد. هم‌چنین می‌توان به مؤلفه مهم محصول، اشاره داشت که مورد توجه جدی جامعه هدف قرار نگرفته است، در واقع، این عامل به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر فرآیند یک کسب و کار محسوب می‌شود. چرا که تمامی طرح و تلاش‌های یک کسب و کار صرف تولید و آرایه یک محصول کیفی، هم به لحاظ محتوایی و هم به لحاظ کاربری می‌شود.

در مجموع می‌توان از بررسی وضعیت موجود صنایع دستی بر حسب تحلیل‌های چهارگانه اینگونه استنباط کرد که توجه بیشتر صاحب‌نظران در کلیه گزارش‌ها به مؤلفه فرهنگ و زیر ساخت‌های فرهنگی بیشتر از مؤلفه‌های دیگر بوده است. سپس اطلاع‌رسانی و آموزش با حمایت و پشتیبانی دولتی بیشتر مورد تاکید صاحب‌نظران قرار گرفته است. در واقع، زمانی می‌توان شرایط اقتصادی را برای توسعه کسب و کار این حوزه فراهم ساخت که قوانین و مقررات نظارتی این حوزه بازبینی و بازنگاری شوند و با گسترش اطلاع‌رسانی ملی و بین‌المللی از طریق آموزش‌های دانش بنیان این حوزه از هنر، بسترهای فرهنگی حوزه صنایع دستی تقویت شود.





## فصل سوم

## مقدمه

صنایع دستی از جایگاهی ممتاز در میراث فرهنگی هر ملت برخوردار است. تنوع این آثار نشان از ذوق، تفکر و خلاقیت هنرمندان ایرانی است. این ویژگی‌ها در مناطق مختلف کشور، تفاوت‌های ظریفی دارد. البته گستردگی صنایع دستی در سطح کشور، تا حدودی تمامی هنرهای صنایع دستی را از حالت بومی مناطق خارج کرده است. ولی هنوز هم مزیت نسبی هر منطقه، حداقل از بعد هزینه‌های اولیه مواد و فرآیند، عامل بسیار مهم به شمار می‌رود. به طوری‌که با وجود اقتباس از هنرهای مناطق مختلف، عامل بومی بودن امتیاز مهم صنعتگران هر حوزه به شمار می‌رود.

آثار موجود صنایع دستی نشان می‌دهد که مردم ایران در تمام دوره‌های تاریخی، همواره زندگیشان با ذوق و سلیقه، و توجه به زیبایی درآمیخته است. عشق به زیبایی به همراه حسی از معنویت، در تمام دوره‌ها، موضوع اساسی صنایع دستی این سرزمین را تشکیل داده است. دست‌های هنرمندان همیشه زیبایی برگرفته از طبیعت را که طی قرن‌ها هنر قومی از نسلی به نسل دیگر منتقل شده است، به صورت طرح‌ها و نقش‌های گوناگون در کاشی‌کاری، قالی‌بافی، کتابت و کتاب‌آرایی، لوازم و وسایل زندگی و سایر جلوه‌های صنایع دستی آشکار کرده‌اند. در این میان، در دهه اخیر، توجه هنرمندان و تولیدکنندگان به عرضه این گروه محصولات به کشورهای دیگر جلب شده است، به گونه‌ای که فعالان هر یک از استان‌های کشور بر آن هستند تا محصولات صنایع دستی را به سایر کشورها معرفی کنند و به فروش رسانند. بدین ترتیب، نه تنها فرهنگ و هنر ایرانی به سایر کشورها معرفی می‌شود، بلکه منفعت و مزایای مالی نیز نصیب فعالان این حوزه می‌شود. از همه مهم‌تر، پتانسیل درونی این صنعت در بهبود تراز بازرگانی کشور از حالت بالقوه به بالفعل تبدیل می‌شود. بنابراین، نگاه مسئولان و مدیران این حوزه تغییر می‌یابد و نه تنها به این صنعت نگاه تزئینی نخواهند داشت، بلکه در راستای ارتقای آن به عنوان یکی از منابع مهم در اقتصاد کشور تلاش خواهند شد.

بدین منظور، به منظور بررسی وضعیت موجود صادرات کالاهای صنایع دستی ایران به سایر کشورها، داده‌های ثبت شده در گمرک ایران به عنوان منبع آماری مؤثر مورد تحلیل آماری قرار می‌گیرد تا نه تنها مناطق صادراتی مهم کشور شناسایی شود، بلکه گروه محصولات مورد توجه و تقاضای هر دو گروه صادرکننده و خریدار خارجی مشخص شود. لازم به ذکر است در این بخش، داده‌های آماری صادراتی استان‌های مختلف در دوره زمانی ۵ ساله ۸۹-۹۳ جهت تحلیل موارد مذکور مورد تمرکز قرار گرفته است.

### ۳-۱ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی در استان‌های مختلف ایران

در ادامه، به تفکیک و به طور اجمالی به اقلام صادراتی استان‌های مختلف ایران و ارزش دلاری آنها در دوره زمانی ۸۹-۹۳ اشاره می‌شود.<sup>۱</sup> البته در رابطه با سال ۹۳، ۵ ماهه نخست منتهی به مرداد ماه مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. در زمینه اقلام معاملاتی، مواردی از ثبت‌های گمرک مورد نظر قرار گرفته است که در آنها دقیقاً به نام صنایع دستی اشاره شده است تا شبیه‌ای در زمینه انتخاب اقلام مربوط وجود نداشته باشد. به علاوه، در این قسمت، ترتیب بحث در مورد استان‌ها، بر اساس حروف الفبایی بوده است. لازم به ذکر است، داده‌های ثبت شده در گمرک ایران در برخی موارد فاقد استان صادراتی است که با عنوان "نامشخص" قید شده است. از آنجایی که در این بخش، منطقه صادراتی در مرکز اهمیت قرار دارد، داده‌های مذکور از تحلیل مربوط در این بخش حذف می‌شود و تنها مواردی مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد که استان صادراتی آن مشخص شده است.

چنان‌که در جدول ۳-۱ نشان داده شده است، اقلام صادراتی استان آذربایجان شرقی، شامل طیفی از محصولات سرامیکی، سفالی، شیشه‌ای، چوبی و حصیری به صورت‌های مختلف است و تنها اقلامی که مورد معامله قرار نگرفته است، محصولات ساخته شده از فلز است. با این وجود، میزان دریافتی‌های ارزی از محل صادرات این محصولات غیر از سال ۹۰ که از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است، همچنان در سطح یکسان حدوداً ۳۰۰ هزار دلار بوده است که رقم قابل ملاحظه‌ای به شمار نمی‌رود.

جدول ۳-۱ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان آذربایجان شرقی در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب	۹۷۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۲۲۲۵۴
	سایر اشیای از سرامیک	۳۰۰۰
	سایر اشیای از سفال	۳۰۷۸
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش‌خورده	۸۶۵۹۸
	ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده و تراش‌خورده	۶۰۴۹۹
	سایر اشیای از شیشه دارای ضرب‌ان‌بساط خطی، بدون تزئین	۴۵۹
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)	۱۲۷۹۸۴
	مجموع	۳۰۴۸۴۲
۱۳۹۱	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۹۱۸۰

<sup>۱</sup>. لازم به ذکر است داده‌های این بخش از سایت گمرک ایران به دست آمده است. جهت دریافت داده‌های مربوط به سایت [www.irica.gov.ir](http://www.irica.gov.ir) مراجعه شود.

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۵۰۳۳۱
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب زده	۴۲۶۳۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۴۲۲۱۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۲۹۰۶۹
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزیین	۲۹۱۴۵
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۱۱۶۲۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالیت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۷۳۷۶
	مجموع	۳۲۱۵۶۱
۱۳۹۰	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۲۵۲۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۳۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۷۶۶۳۸۳
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۲۸۳۷۹
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالیت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۵۰۵۲
	مجموع	۸۱۲۳۶۴
۱۳۸۹	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبل‌مان	۲۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۹۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۷۷۵۲۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالیت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۴۱۹۰۵
	کاشی یا سرامیک معرق	۲۰۶۴۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۹۹۰
	سایر اشیای سرامیک	۲۳۱۷۱۶
	مجموع	۳۷۳۰۶۱
مجموع کل ارزش دلاری		۱۸۱۱۸۲۸

با استناد به جدول ۳-۲ مشخص می‌شود که اقلام مورد معامله جهت صادرات در استان آذربایجان غربی، در برگیرنده کالاهای سفالی، شیشه‌ای، مسی (به صورت میناکاری شده) و چوبی بوده است که با وجود تنوع نسبتاً خوب، ارزش دلاری بسیار پایینی

دارد. به طوری که در طی دوره ۵ ساله ۸۹-۹۳، در بیشترین حد خود حدود ۳۰۰ هزار دلار بوده است. به خصوص که در دو سال اخیر، ارزش دلاری صادرات از ۶۰ هزار دلار فراتر نرفته است.

جدول ۳-۲ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان آذربایجان غربی در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، بدون تزئین	۷۲۷۳
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۴۵۲۴
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۷۵۰
	سایر اشیاء از سفال	۶۸۷۰
	مجموع	۵۹۴۱۷
۱۳۹۲	سایر اشیاء از سفال	۱۰۵۰۰
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۹۹۴۶
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، بدون تزئین	۱۰۱۲۶
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۸۱۰۰
	مجموع	۴۸۶۷۲
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین	۷۴۱
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۳۵۰۷۸
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۸۰۱۱۷
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۸۸۷۹
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۱۰۷۵۶
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۳۷۹۶
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۴۳۹۵
	مجموع	۲۴۳۷۶۲
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۹۲۱۸
۱۳۹۰	سایر اشیاء سر میز، اشیاء آشپزخانه، اشیاء خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۲۷۲۰۱۶
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۲۲۰۰۰
	مجموع	۳۰۳۲۳۴

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۱۶۳۲۹
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۴۲۰۰۰
	مجموع	۵۸۳۲۹
مجموع کل ارزش دلاری		۷۱۳۴۱۴

همان‌طور که در جدول ۳-۳ نشان داده شده است، صادرات استان اردبیل در حیطه کالاهای چوبی، سفالی و کارد است که ارزش دلاری آن در مقایسه با توانمندی تولیدی این استان در سطح پایینی قرار دارد. به خصوص اینکه در طی ۵ سال گذشته، تنها در سال ۹۲، آن هم به میزان حدوداً ۱۰ هزار دلار صادرات از این استان صورت گرفته است که نیمی از آن مربوط به صادرات مجسمه و اشیای تزئینی سفالی است.

جدول ۳-۳ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان اردبیل در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	مجسمه‌های کوچک و اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۳۸۶۰
	مجسمه و اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۴۵۰۰
	کارد با تیغه ثابت (غیر از کارکردهای سر میز)	۱۹۵۰
مجموع کل ارزش دلاری		۱۰۳۱۰

با توجه به جدول ۳-۴ مشخص می‌شود که طیف محصولات صادراتی از استان اصفهان شامل محصولات چوبی، سرامیکی، سفالی، شیشه‌ای، مسی و حصیری است. ارزش دلاری این معاملات نیز در مقایسه با استان‌های دیگر، نسبتاً خوب است. ولیکن، این میزان صادرات به هیچ وجه شایسته استان هنری و فرهنگی اصفهان با سابقه‌ای غنی در تولید صنایع دستی نیست؛ به طوری که این استان به عنوان یکی از قطب‌های مهم هنرهای صناعی در کشور به شمار می‌رود. به علاوه، با بررسی روند صادرات از این استان هنری بر اساس جدول ۳-۴ می‌توان چنین مطرح کرد که از سال ۸۹ تا ۵ ماهه نخست سال ۹۳ صادرات از سیری نزولی تبعیت کرده است. به طوری که در سال ۸۹، میزان صادرات حدوداً ۹ میلیون دلار است که به تدریج در طی دوره ۵ سال کاهش می‌یابد تا در نهایت در سال ۹۲ به تقریباً ۴ میلیون دلار می‌رسد. در ۵ ماهه نخست سال ۹۳ نیز میزان صادرات از ۱ میلیون دلار تجاوز نمی‌کند.

جدول ۳-۴ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان اصفهان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	کاشی یا سرامیک معرق	۳۴۱۱۹۴
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۳۲۹۳۴۷

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۸۰۱۴۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۵۴۲۴۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۳۰۱۲
	سایر اشیای از سفال	۲۲۴۴۰
	سایر اشیای از سرامیک	۳۹۲۰
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۷۳۳۱
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۲۳۹۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۷۷۰
	مجموع	۸۶۴۷۸۸
۱۳۹۲	مجسمه‌های کوچک و اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۲۸۵۹۶۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی و مبلمان	۲۸۶۸۵۱
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۴۱۱۵۱۸
	کاشی یا سرامیک معرق	۴۸۶۳۵۰
	مجسمه و اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۸۲۴
	مجسمه و اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۵۱۸۰۰
	سایر اشیای از سرامیک	۱۰۴۲۰
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۳۲۵
	سایر اشیای از شیشه دارای ضرب‌ان‌بساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۵۹۳
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۳۱۴۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۳۳۳۸۲۳
	سایر مصنوعات از مس، قلمزنی	۱۸۰۰
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۱۷۲۰۰
	مجموع	۳۸۹۰۶۰۴
۱۳۹۱	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۳۳۸
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۵۱۶
	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۵۴۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۳۱۴۶

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	طلاآلات یا نقره‌آلات واجزای آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، حکاکی، قلمزنی شده	۹۷۳۵
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۳۰۰۰۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۷۱۸۷۱
	طلاآلات یا نقره‌آلات واجزای آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، ملبله‌کاری	۱۰۷۲۰۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۸۳۹۱۸
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۲۸۵۷۸۷
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۳۰۱۱۲۷
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۱۵۵۶۱۳
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۰۳۰۸۹۵
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۴۷۱۱۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۳۲۱۱۰
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۸۴۸۰
	مجموع	۴۲۶۸۳۹۰
۱۳۹۰	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۷۰۲۵۷
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۶۲۹۵۲
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۴۸۹۲۲
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۱۷۵۳۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۴۴۸۵
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۱۰۴۲۷۸
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	۸۵۹۲۰
	اشیای سر میز، سرامیک، لعاب‌زده	۷۴۰۳۶
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۷۲۸۷۸
	سایر اشیای از سفال	۲۴۲۹
	کاشی یا سرامیک معرق	۳۹۷۷۹۴
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۲۸۸۳۷۵
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۴۷۸۹۹۶
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۱۹۰۹۸۱



سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۵۳۴۳۰۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، منبت، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۶۶۱۷۴۰
	مجموع	۵۰۹۵۸۷۳
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالیت، تزئینات داخلی، بدون تزئین	۱۷۲۵۰
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	۱۵۰۵۸
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۳۶۷۸
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۱۵۰۰
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۴۲۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۷۷۲۱۸۲۴
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۳۲۰۱۱۵
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۵۶۵۷۱
	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده	۲۴۴۸۲۱
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۲۰۸۹۸۸
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۷۵۰۳۵
	مبلمان صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۱۵۵۸۶۶
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۵۵۰۵۰
	سایر اشیای سفال	۲۶۴۱۱
	مجموع	۹۲۰۲۵۸۷
مجموع کل ارزش دلاری		۲۳۳۲۲۴۲

جدول ۳-۵، اقلام صادراتی صنایع دستی استان ایلام را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، صادرات این استان در حوزه محصولات چوبی، سرامیکی و سفالی است که ارزش دلاری پایینی را به دنبال داشته است. به طوری که در طی دوره ۵ ساله، ارزش دلاری صادرات در مجموع از ۱۵۰ هزار دلار فراتر نرفته است.

جدول ۳-۵ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان ایلام در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۵۵۱۷
	مجموع	۵۵۱۷

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۵۰۲۳
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۴۶۶۵۱
	کاشی یا سرامیک معرق	۵۲۲۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۳۸۲۵
	مجموع	۱۰۷۶۹۹
۱۳۸۹	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۵۵۰۸
	سایر اشیای از سفال	۲۵۴۹۱
	مجموع	۳۰۹۹۹
مجموع کل ارزش دلاری		۱۴۴۲۱۵

با توجه به جدول ۳-۶ مشخص می‌شود که موارد صادراتی استان بوشهر شامل کالاهای سرامیکی، سفالی و چوبی است که ارزش دلاری بسیار پایینی را در پی داشته است. به طوری که در مجموع سال‌های ۹۱ و ۸۹، میزان دریافتی حاصل از صادرات این محصولات کمتر از ۱۰۰ هزار دلار بوده است. هم‌چنین، تنوع این اقلام نیز بسیار کم است. جدول ۳-۶، اقلام صادراتی محصولات استان بوشهر را به تفکیک مشخص کرده است.

جدول ۳-۶ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان بوشهر در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۳۰۵
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۸۴۳۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۳۹۸۷
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۲۵
	مجموع	۱۴۹۴۷
۱۳۸۹	سایر اشیای از سرامیک	۸۴۳۰۰
	مجموع	۸۴۳۰۰
مجموع کل ارزش دلاری		۹۹۲۴۷

با توجه به جدول ۳-۷ مشخص می‌شود که صادرات صنایع دستی در تهران شامل طیفی از محصولات چوبی، سرامیکی، سفالی، شیشه‌ای، مسی و حصیری در تنوع بالایی است. به طوری که در بخش صنایع چوبی، مصنوعات چوبی، مجسمه‌های کوچک و اشیای تزئینی، چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، و مبلمان صنایع دستی صادر شده است. هم‌چنین، میزان

ارزش دلاری دریافتی از محل صادرات این محصولات در استان تهران نسبت به سایر استان‌ها در وضعیت نسبتاً خوبی قرار دارد. هر چند هنوز هم از استانداردهای خود فاصله بسیاری دارد. به علاوه، در طی دوره ۵ ساله ۸۹-۹۳، همواره صادرات اقلام صنایع دستی از این استان با فراز و نشیب‌هایی همراه بوده است. بیشترین میزان صادرات در این دوره زمانی در سال ۹۱ حدود ۵,۵ میلیون دلار بوده است.

جدول ۳-۷ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان تهران در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۳۷۲۸۷
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، بدون تزئین	۳۱۵۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزاء و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۵۰۷۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۱۴۸۳۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۴۱۷۶
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۹۰۷۱
	مصنوعات سبد و حصیری و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۳۴۱۵
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت و تزئینات داخلی، بدون تزئین	۲۸۳۱
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۲۱۶
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۱۴۱
	سایر اشیای سرامیک	۴۰۴۱۷
	سایر اشیای سفال	۲۴۰۴۳
	مجموع	۱۹۲۹۹۷
۱۳۹۲	مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک کاری، نقاشی روی چوب خاتم برای سرویس میز یا آشپزخانه	۵۴۵۰
	مجسمه‌های کوچک و اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۵۲۰۰
	چوب خاتم کاری شده و منبت کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی و مبلمان	۳۴۱۳۱
	رخت‌آویز چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۱۵۲
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۱۲۲۶۱
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۲۴۱۴
	کاشی یا سرامیک معرق	۴۰۲۹۵

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۸۷۵
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۶۶۹۰۵
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۱۴۷۶۲
	سایر اشیای سرامیک	۱۶۲۰۵
	سایر اشیای از سفال	۵۱۳۳۸
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تراش خورده	۳۸۳۹۹۱
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین	۱۰۴۲۰
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز یا مقاصد آشپزخانه‌ای دارای ضریب انبساط خطی بدون تزئین	۷۷۶۵۷
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز یا مقاصد آشپزخانه‌ای دارای ضریب انبساط خطی نقاشی شده، تراش خورده	۵۰۰۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه از کریستال سرب‌دار نقاشی شده، تراش خورده	۱۶۴۴۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۲۶۷۰۵۵
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۱۳۲۳۱۱
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۶۵۰۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۱۱۲۲۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۵۲۰۰
	سایر مصنوعات از مس، قلمزنی	۴۵۰۰
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۱۱۴۳۸۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)	۲۳۴۸۳
	مجموع	۱۴۹۷۶۴۵
۱۳۹۱	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۴۰۲
	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۱۲۰
	طلالات یا نقره‌آلات و اجزای آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، حکاکی، قلمزنی شده	۱۳۱۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۴۸۶۵
	کاشی یا سرامیک معرق	۹۰۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۱۱۰۴۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین	۹۷۵۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۸۰۰۰

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت و تزیینات داخلی، بدون تزیین	۵۹۶۵
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۶۸۹۵
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۱۰۳۷۴
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۸۳۴۰
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۶۸۳۲۳
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۸۹۸۷۶
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۱۰۴۴۹۵
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۸۲۰۲۱
	سایر اشیای از سرامیک	۶۹۹۴۵
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، منبت، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۳۳۶۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۸۷۹۲۹۳
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۱۵۰۲۶۸۴
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۱۸۱۱۱۸
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۱۶۲۴۱۷
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب‌زده	۹۳۵۰۰
	سایر اشیای از سفال	۴۷۰۰
	مجموع	۵۳۶۸۷۹۳
۱۳۹۰	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۳۶۰۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، بدون تزیین	۳۴۲۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۹۹۵۲۷۹
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۹۰۱۹۷۸
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۴۲۰۸۴۵
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۲۱۰۷۶۱
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۲۰۵۹۲۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، بدون تزیین	۱۸۴۵۱۶
	اشیای سر میز، سرامیک، لعاب‌زده	۱۰۵۵۶۵
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۱۲۹۵۱۴

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۳۰۹۸۹
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۹۶۶۷۵
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۷۲۴۰۵
	سایر اشیای از سرامیک	۶۷۹۳۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۵۰۳۲۸
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۴۵۰۹۶
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، فیروزه‌کوب	۲۶۱۰۰
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۱۶۳۴۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۸۸۰۰
	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۳۲۰
	سایر اشیای از سفال	۲۱۷۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۱۴۵۰۲۳۶
	مجموع	۵۱۲۹۷۸۷
۱۳۸۹	کاشی یا سرامیک معرق	۲۸۸
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۵۵۷۶۹۴
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۴۶۶۳۸۶
	سایر اشیای از سرامیک	۴۱۴۹۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۴۱۴۳۱۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۱۸۱۰۱۷
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۱۶۳۹۷۰
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال، بدون لعاب	۱۴۰۵۰۶
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۱۳۲۸۶۴
	اشیای سر میز، سرامیک، لعاب‌زده	۱۱۹۷۷۱
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی، بدون تزئین	۱۱۰۱۷۹
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۸۶۲۴۳
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۶۶۲۵۱
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۵۲۹۵۰
	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۴۸۸۷۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	مصنوعات از مس به صورت قلم زنی	۳۸۵۸۲
	سایر اشیاء از سفال	۳۴۳۱۷
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۲۲۱۰۰
	زیورآلات یا جواهرآلات و اجزای آنها از نقره به صورت سنتی، صنایع دستی مرصع	۱۰۰۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۵۰۶۰
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۲۶۷۲
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۹۹۶
	مجموع	۳۰۶۹۹۲۶
مجموع کل ارزش دلاری		۱۵۲۵۹۱۴۸

همان‌طور که در جدول ۳-۸ مشخص است، صادرات استان چهارمحال و بختیاری تنها در حوزه کاشی یا سرامیک، نقاشی شده و معرق، و محصولات چوبی است. میزان صادرات نیز رقم بسیار محدودی را شامل می‌شود. به طوری که در مجموع سال‌های ۹۳، ۹۲ و ۹۱، تنها نزدیک به ۹۰ هزار دلار صادرات از این استان صورت پذیرفته است که حجم عمده آن مربوط به سال ۹۲ (حدود ۸۵ هزار دلار) است.

جدول ۳-۸ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان چهارمحال و بختیاری در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۳۰۰۰
	مجموع	۳۰۰۰
۱۳۹۲	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۸۰۰۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۶۷۵۰۰
	مجموع	۸۵۵۰۰
۱۳۹۱	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۳۷۸
	مجموع	۳۷۸
مجموع کل ارزش دلاری		۸۸۸۷۸

جدول ۳-۹ اقلام صادراتی استان خراسان رضوی را نشان می‌دهد. با توجه به این جدول مشخص می‌شود که محصولات صادراتی دربرگیرنده انواع محصولات سرامیکی، شیشه‌ای، سفالی و چوبی هستند. دریافتی‌های ارزی از محل صادرات این محصولات نیز در سطح پایینی قرار دارد. به طوری که در دوره زمانی ۵ ساله، میزان صادرات محصولات صنایع دستی این استان بر حسب ارزش دلاری، حدود ۳ میلیون بوده است.

جدول ۳-۹ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان خراسان رضوی در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	کاشی یا سرامیک معرق	۱۳۱۳۸۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۴۸۲۵
	سایر اشیاء از سفال	۲۲۹۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۴۹۳۹
	مجموع	۱۸۳۴۳۴
۱۳۹۲	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۰۹۵۰۹
	کاشی یا سرامیک معرق	۷۹۲۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۱۳۶۱
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۷۳۳
	سایر اشیاء از سفال	۶۶۲۵
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۸۸۵۳
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز یا مقاصد آشپزخانه‌ای دارای ضریب انبساط خطی نقاشی شده، تراش خورده	۵۰۹۸
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)	۲۸۶۸۰
	مجموع	۳۵۰۰۵۹
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۴۴۴۳۰۳
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۲۰۸۸۹
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۷۴۹۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب زده	۷۶۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۷۵۰
	سایر اشیاء از سرامیک	۲۵۸۰
	مجموع	۶۱۶۷۷۶
۱۳۹۰	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۱۰۱۴۹۵
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۳۳۹۶۶۶
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۷۵۸۲
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۶۹۸۲
	مجموع	۱۴۵۵۷۲۵
۱۳۸۹	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۴۴۳
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۲۵۲۰



سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۵۷۰۲۰۴
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۴۹۵۰
	مجموع	۵۷۸۱۱۷
مجموع کل ارزش دلاری		۳۱۸۴۱۱۱

چنانکه در جدول ۳-۱۰ مشخص شده است، صادرات استان خوزستان تنها در حوزه محصولات سرامیکی، سفالی، شیشه‌ای و کپوبافی است. بنابراین، تنوع محصولات صادراتی چندان هم زیاد نیست. با این وجود، ارزش دلاری دریافتی در حد نسبتاً قابل ملاحظه‌ای، در مقایسه با سایر استان‌های کشور است. در طول دوره زمانی ۸۹-۹۳، میزان صادرات نزدیک به ۱۱ میلیون دلار بوده است که حجم عمده آن مربوط به دو سال اخیر است. تقریباً نیمی از صادرات صورت گرفته از این استان در ۵ ماهه نخست سال ۹۳ روی داده است که این مورد، نشان‌دهنده گسترش روزافزون فعالیت‌های استان خوزستان در زمینه صادرات محصولات صنایع دستی است.

جدول ۳-۱۰ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان خوزستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۴۸۹۱۶۰۴
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۱۰۷۴۶۱
	صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده	۸۰۰
	مجموع	۴۹۹۹۸۶۵
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۵۰۹۵۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۹۲۲۹۸
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۴۶۶۱۵۹۵
	سایر اشیای از سفال	۱۶۹۰۸
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۸۸۲۴۷
	مجموع	۴۹۱۰۰۰۲
۱۳۹۱	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۷۲۴۶
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۳۵۵۸۹۶
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب	۲۰۹۷۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۳۱۴۴۰۱
	مجموع	۶۹۸۵۱۳

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۲۱۹۱۷
	مجموع	۲۱۹۱۷
مجموع کل ارزش دلاری		۱۰۶۳۰۲۹۷

با توجه به جدول ۳-۱۱ آشکار می‌شود که صادرات استان زنجان تنها در زمینه ظروف شیشه‌ای است که ارزش دلاری بسیار پایینی را در پی داشته است. این میزان صادرات در مقایسه با توانمندی این استان تاریخی در تولید کالاهای صنعتی بسیار ناچیز است. به طوری که در دوره زمانی ۵ ساله، فقط در سال‌های ۹۱ و ۹۲، آن هم با ارزش دلاری حدود ۱۲۰ هزار دلار به صادرات محصولات صنایع دستی پرداخته است.

جدول ۳-۱۱ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان زنجان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	ظروف شیشه‌ای برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۹۴۸۵۴
	مجموع	۹۴۸۵۴
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۲۰۸۵۸
	مجموع	۲۰۸۵۸
مجموع کل ارزش دلاری		۱۱۵۷۱۲

چنانکه در جدول ۳-۱۲ مشخص شده است، صادرات استان فارس شامل انواع محصولات چوبی، سرامیکی، سفالی، مسی، شیشه‌ای و حصیری است. با وجود این تنوع محصولات، ارزش دلاری دریافتی از محل صادرات مبلغ پایینی است (مجموع ارزش حدود ۱ میلیون دلار در دوره زمانی ۵ ساله). این در حالی است که استان فارس دارای قابلیت‌های تولیدی بالایی در حوزه صنایع دستی است. البته نیمی از صادرات ۱ میلیونی در ۲ سال گذشته روی داده است که این می‌تواند نقطه امید برای گسترش فعالیت‌های صادراتی استان فارس در زمینه محصولات صنایع دستی به حساب آید.

جدول ۳-۱۲ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان فارس در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۲۰۹۴۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۲۵۰۸۰۰
	سایر اشیای از سفال	۱۶۴۲۱۱
	مجموع	۴۳۵۹۵۵
۱۳۹۲	کاشی یا سرامیک معرق	۱۸۷۳۶

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	مجسمه‌های کوچک و اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۰۸۵۶
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی و مبلمان	۴۸۹۸۲
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۵۴۳۹
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۲۲۰۳۵
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۵۸۵۷۶
	سایر اشیای از سفال	۶۸۷۲۲
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۸۰
	مجموع	۴۳۳۵۲۶
۱۳۹۱	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۲۵۶۲
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۶۰۳۱
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب	۴۵۳۷
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۶۲۹۲
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۱۴۷۶۸
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۸۶۵۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۶۲۱
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۳۷۳
	سایر مصنوعات از مس، قلمزنی	۳۵۹۸
	مجموع	۸۷۴۳۶
۱۳۹۰	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۸۱۵۳
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۲۰۲۶۷
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۴۲۴۶۲
	سایر اشیای از سرامیک	۱۴۶۵۲
	اشیای سر میز، سرامیک، لعاب‌زده	۱۸۵۵
	سایر اشیای از سفال	۸۸۴۸۸
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۳۴۱
	مجموع	۱۹۶۲۱۸
۱۳۸۹	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۳۲۴۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	مجموع	۳۲۴۰
	مجموع کل ارزش دلاری	۱۱۵۶۳۷۵

با استناد به جدول ۳-۱۳ آشکار می‌شود که صادرات استان قزوین تنها شامل ظروف شیشه‌ای، کاشی و سرامیک است که ارزش دلاری حاصل از این صادرات نیز بسیار پایین است. به علاوه، این استان در طول ۵ سال گذشته، تنها در سال ۹۱ فعالیت صادراتی داشته است که میزان ارزش دلاری دریافتی حدود ۳۵۰ هزار دلار است.

جدول ۳-۱۳ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان قزوین در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۲۷۸۵۱۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۶۲۶۷۵
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۰۸
	مجموع کل ارزش دلاری	۳۴۱۳۹۳

با استناد به جدول ۳-۱۴ آشکار می‌شود که صادرات استان قم دربرگیرنده کالاهایی از قبیل کاشی یا سرامیک، سفال و ظروف شیشه‌ای، اشیای مسی و مصنوعات حصیری است که ارزش دلاری حاصل از این صادرات نیز بسیار پایین است. به طوری که در دوره زمانی ۸۹-۹۳، فقط حدود ۷۵ هزار دلار از محل صادرات محصولات صنایع دستی عاید این استان شده است.

جدول ۳-۱۴ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان قم در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده	۴۲۵
	به غیر از صنایع دستی کپوبافی	
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۸۰
	مجموع	۶۰۵
۱۳۹۲	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۸۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۲۱۶۰
	سایر اشیاء از سفال	۱۳۰۹۴
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده و تراش خورده	۵۸۶۲
	مجموع	۲۱۲۹۶
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای	۶۶۰
	نقاشی شده، تراش خورده	
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۹۸۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	کاشی یا سرامیک معرق	۲۲۸۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۱۱۱۵۵
	مجموع	۱۶۰۷۵
۱۳۹۰	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۵۰۳۷
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلمزنی	۳۲۲۶۴
	سایر اشیای از سرامیک	۲۴۴
	مجموع	۳۷۵۴۵
مجموع کل ارزش دلاری		۷۵۵۲۱

همان طور که در جدول ۳-۱۵ نشان داده شده است، اقلام صادراتی استان کردستان شامل محصولات چوبی، شیشه‌ای، سرامیکی، سفالی و حصیری است. با وجود تنوع اقلام صادراتی، دریافتی‌های ارزی حاصل از صادرات این محصولات در حد پایینی قرار دارد. به طوری که جمع ارزش دلاری این اقلام در طول دوره ۵ ساله تنها حدود ۴۰۰ هزار دلار بوده است.

جدول ۳-۱۵ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان کردستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه، بدون تزئین	۱۱۱۶۲
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۸۱۰۲
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۳۴۶۱
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۱۲۲۰۸
	مجموع	۳۴۹۳۳
۱۳۹۲	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قاب استفاده در سطوح)	۱۱۱۴۷
	ظروف شیشه‌ای برای سر میز یا مقاصد آشپزخانه‌ای دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۸۲۲۶۴
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده و تراش خورده	۲۶۷۵۵
	سایر اشیای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۵۲۳
	مجموع	۲۲۰۶۸۹
	مجموعه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۴۹۹۳
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۴۹۰۴
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۸۹۱۷۳
	مجموع	۱۰۹۰۷۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۵۶۵۸
مجموع		۵۶۵۸

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	اشیای سر میز سرامیک، لعاب زده	۴۲۸۸
	سایر اشیای سفال	۴۹۴۵
	سایر اشیای سرامیک	۲۷۵۰۹
	مجموع	۳۶۷۴۲
مجموع کل ارزش دلاری		۴۰۷۰۹۲

با توجه به جدول ۳-۱۶ مشخص می‌شود که تنها مورد صادراتی استان کرمان، ظروف شیشه‌ای و اشیای سرامیکی است که ارزش دلاری بسیار پایینی را در پی داشته است. دریافتی ارزش حاصل از صادرات این محصولات از مرز ۲۰۰ هزار دلار فراتر نرفته است. این در حالی است که استان کرمان، یکی از مهم‌ترین مناطق صنایع دستی کشور به شمار می‌رود و هنرمندان و تولیدکنندگان بسیاری در این استان به کار مشغول هستند.

جدول ۳-۱۶ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان کرمان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، بدون تزئین	۱۷۹۸۸
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۷۷۷۲۹
	مجموع	۱۹۵۷۱۷
۱۳۸۹	سایر اشیای سرامیک	۱۰۰۵
	مجموع	۱۰۰۵
مجموع کل ارزش دلاری		۱۹۶۷۲۲

با توجه به جدول ۳-۱۷ مشخص می‌شود که تنها مورد صادراتی استان کرمانشاه محصولات ساخته شده از چوب و شیشه است که عایدی بسیار اندکی را به دنبال داشته است (حدود ۱۸ هزار دلار طی ۵ سال گذشته). در دو سال گذشته نیز هیچ صادراتی از این استان در زمینه کالاهای صنایع دستی در آمار گمرک ثبت نشده است. با توجه به این اطلاعات، می‌توان به صادرات اتفاقی محصولات صنایع دستی از این استان اشاره کرد.

جدول ۳-۱۷ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان کرمانشاه در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	میل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۱۱۵۲
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۳۳۶۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۳۲۴۸
	مجموع	۱۷۷۶۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	در، چهارچوب، دوره و آ ستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی مت شکل ازگره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۲۸۸
	مجموع	۲۸۸
مجموع کل ارزش دلاری		۱۸۰۴۸

با توجه به جدول ۳-۱۸، صادرات استان گلستان تنها در حوزه مبل‌های صنایع دستی به صورت محصولات چوبی کار شده و ظروف شیشه‌ای است که ارزش دلاری حدوداً ۳۵ هزار دلار داشته است. به عبارت دیگر، صادرات این استان هم از تنوع کمی برخوردار است و هم دریافتی ارزی بسیار کمی دارد.

جدول ۳-۱۸ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان گلستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۰۲۷۵
	مجموع	۱۰۲۷۵
۱۳۹۲	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)	۱۰۰۱۰
	مجموع	۱۰۰۱۰
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۴۵۸۰
	مجموع	۱۴۵۸۰
مجموع کل ارزش دلاری		۳۴۸۶۵

جدول ۳-۱۹، اقلام صادراتی صنایع دستی استان گیلان را نشان می‌دهد. همانطور که در این جدول مشاهده می‌شود، صادرات این استان تنها مصنوعات مس به صورت قلم‌زنی است که ارزش دلاری پائینی را به دنبال داشته است. به طوری که در این استان در طول ۵ سال گذشته، تنها در سال ۹۰ و آن هم به میزان حدوداً ۵۰۰ هزار دلار صادرات محصولات صنایع دستی صورت پذیرفته است.

جدول ۳-۱۹ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان گیلان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۴۸۸۷۰۰
مجموع کل ارزش دلاری		۴۸۸۷۰۰

با توجه به جدول ۳-۲۰ مشخص می‌شود که استان لرستان تنها در گروه ظروف شیشه‌ای، محصولات خود را به کشورهای دیگر صادر کرده است. ارزش دلاری حاصل نیز میزان قابل توجهی به شمار نمی‌رود. در طول ۵ سال گذشته، رقم دریافتی از محل صادرات این محصولات تقریباً معادل ۳۵ هزار دلار بوده است.

جدول ۳-۲۰ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان لرستان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده و تراش خورده	۳۰۳۳۳
	مجموع	۳۰۳۳۳
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۴۸۸۴
	مجموع	۴۸۸۴
مجموع کل ارزش دلاری		۳۵۲۱۷

با استناد به جدول ۳-۲۱ آشکار می‌شود که تنها اقلام صادراتی استان مازندران، محصولات سفالی، شیشه‌ای و حصیری است که دریافتی‌های ارزی بسیار محدودی را به دنبال داشته است. چنانکه در این دوره زمانی، دریافتی ارزی حاصل از صادرات محصولات صنایع دستی در این استان تقریباً برابر با ۱۰۰ هزار دلار بوده است.

جدول ۳-۲۱ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان مازندران در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۴۹۵۰
	سایر اشیای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده و تراش خورده	۲۲۸۰۰
	مجموع	۲۷۷۵۰
۱۳۹۰	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۱۲۰۰
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۶۶۳۰۰
	مجموع	۶۷۵۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۹۹۹۲
۱۳۸۹	مجموع	۹۹۹۲
	مجموع کل ارزش دلاری	۱۰۵۲۴۲

با توجه به جدول ۳-۲۲ مشخص می‌شود که تنها مورد صادراتی استان مرکزی اشیای و ظروف شیشه‌ای است که ارزش دلاری تقریباً خوبی در مقایسه با سایر استان‌ها داشته است. دریافتی ارزی حاصل از صادرات آثار آبدیینه در این استان حدود ۴۰۳ میلیون دلار بوده است.

جدول ۳-۲۲ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان مرکزی در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۴۹۴۵۲
	مجموع	۴۹۴۵۲



سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	سایر اشیا از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۱۷۵۵۷۸
	مجموع	۱۷۵۵۷۸
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۱۲۶۴۲۰۵
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۶۱۰۳۶۵
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۵۲۴۷۲۰
	سایر اشیا از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۲۲۶۸۰
	مجموع	۲۴۲۱۹۷۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۴۹۶۳۴
۱۳۹۰	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۱۱۲۲۹۲۱
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۵۶۴۴۸
	مجموع	۱۳۲۹۰۰۳
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۳۲۳۷۷۲
۱۳۸۹	مجموع	۳۲۳۷۷۲
	مجموع کل ارزش دلاری	۴۲۹۹۷۷۵

با توجه به جدول ۳-۲۳ مشخص می‌شود که تنها مورد صادراتی استان هرمزگان اشیای سفالی است که ارزش دلاری بسیار پایینی را در پی داشته است. در واقع، در طول دوره ۸۹-۹۳، تنها حدود ۱۴ هزار دلار از محل صادرات سفال نصیب این استان شده است.

جدول ۳-۲۳ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان هرمزگان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	سایر اشیا از سفال	۱۲۳۳۰
	مجموع	۱۲۳۳۰
۱۳۹۱	سایر اشیا از سفال	۱۳۲۶
	مجموع	۱۳۲۶
مجموع کل ارزش دلاری		۱۳۶۵۶

همان‌طور که در جدول ۳-۲۴ نشان داده شده است، اقلام صادراتی استان همدان شامل طیفی از محصولات چوبی، سفالی، سرامیکی، شیشه‌ای، حصیری و کپوبافی است. تنها جایگاه اثر فلزی در این اقلام صادراتی مشاهده نمی‌شود. ارزش دلاری

دریافتی این محصولات در مقایسه با سایر استان‌های کشور در حد بالایی قرار دارد؛ به طوری که میزان دریافتی ارزی حاصل از صادرات در طول این دوره زمانی حدوداً ۲۴ میلیون دلار بوده است.

جدول ۳- ۲۴ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان همدان در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۶۹۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۲۴۶۹۳۰
	سایر اشیای از سفال	۳۴۰۸۴۵۱
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۲۴۲
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۳۲۷۴۷۸
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۸۰۷۰
	مجموع	۵۹۹۵۸۶۱
۱۳۹۲	مجسمه‌های کوچک و اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۰۰۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۹۵۸۱
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۳۶۳۷۳۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۶۶۵۹
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۷۹۹۷۰
	سایر اشیای از سرامیک	۳۰۸۱۰
	سایر اشیای از سفال	۵۴۹۶۰۱۶
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده و تراش خورده	۳۴۸۱۷۲۱
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)	۳۶۴۷
	مجموع	۹۴۹۲۱۳۴
۱۳۹۱	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۶۴۰۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۶۹۲
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۹۷۸
	صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده	۱۰۰۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۳۱۲۰۰
	سایر اشیای از سفال	۴۰۴۶۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۴۰۰۳۵

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۸۹۲۱۶
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۶۵۴۳۱۸
	مجموع	۶۸۶۳۲۹۹
۱۳۹۰	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۲۱۹۸۰۴
	اشیای سر میز، سرامیک، لعاب‌زده	۲۰۳۷۳۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۲۳۴۶۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، بدون تزئین	۱۱۳۲۵۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۶۴۲۴
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۱۴۶۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)	۵۶۱۰
	صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده	۴۸۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۰۶۸
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۱۱۵
	سایر اشیای از سرامیک	۳۲۱۹۰
	مجموع	۷۳۱۹۱۱
۱۳۸۹	سایر اشیای از سرامیک	۷۳۲۹۱۳
	اشیای سر میز، سرامیک، لعاب‌زده	۱۲۴۶۸۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۸۱۵۷۷
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال، بدون لعاب	۶۹۸۷۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، بدون تزئین	۵۰۹۴۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین	۲۰۸۰۰
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی	۱۲۰۶۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....)	۳۰۶
	مجموع	۱۰۹۳۱۴۶
مجموع کل ارزش دلاری		۲۴۱۷۶۳۵۱

با توجه به جدول ۳-۲۵ مشخص می‌شود که تنها مورد صادراتی استان یزد، ظروف شیشه‌ای و تا حدودی اشیای سفالی است.

ارزش دلاری حاصل نیز در طول دوره زمانی ۸۹-۹۳ تقریباً برابر با ۱۱ میلیون دلار بوده است. این میزان دریافتی ارزی در

مقایسه با قابلیت بالای این استان در تولید صنایع دستی کم است، ولیکن نسبت به سایر استان‌های کشور، در وضعیت نسبتاً مساعدی به سر می‌برد.

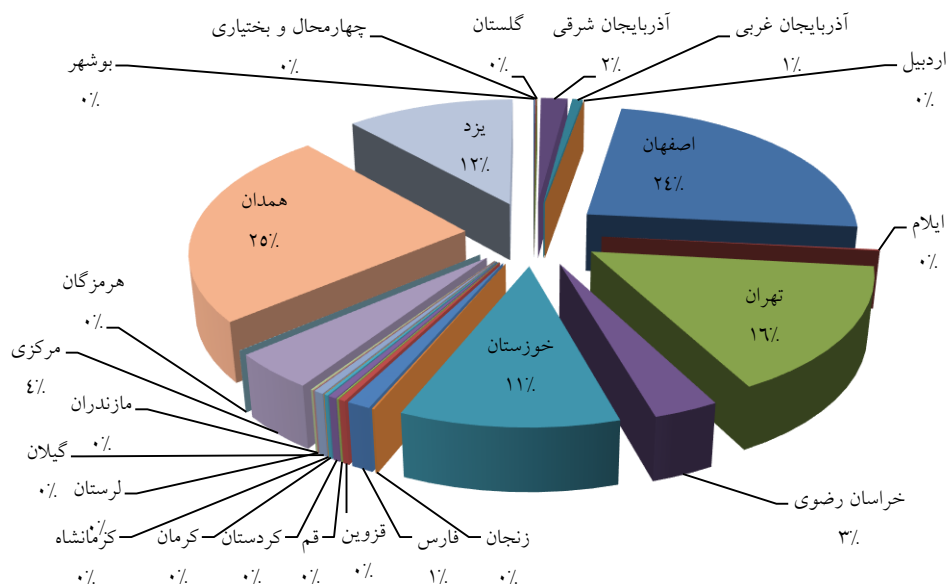
جدول ۳ - ۲۵ ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی استان یزد در دوره زمانی ۸۹-۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۶۰۴۷۲
	مجموع	۶۰۴۷۲
۱۳۹۲	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده و تراش خورده	۱۶۰۸۶۶۷
	مجموع	۱۶۰۸۶۶۷
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۳۰۸۷۳۶
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۳۸۴۰۳۰
	مجموع	۳۴۷۱۷۶۶
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۳۸۴۴۱۶۳
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۵۲۸۹۰۱
	سایر اشیاء از سفال	۲۷۰
	مجموع	۴۳۷۳۳۳۴
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۱۸۸۱۹۰۶
	مجموع	۱۸۸۱۹۰۶
مجموع کل ارزش دلاری		۱۱۳۹۶۱۴۵

نگاره ۳-۱، ارزش دلاری صادرات اقلام صنایع دستی در استان‌های مختلف را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این شکل مشخص شده است، استان همدان دارای بیشترین سهم صادراتی در کشور است و پس از آن استان‌های اصفهان، تهران، یزد و خوزستان در رتبه‌های دوم تا پنجم قرار دارند. با توجه به نگاره ۳-۱ آشکار می‌شود که صادرات سایر استان‌ها نظیر استان‌های چهارمحال و بختیاری، گلستان، آذربایجان شرقی و غربی، اردبیل، ایلام، زنجان، فارس، قم، لرستان و مازندران و ... در حد بسیار ناچیزی است. با توجه به سابقه طولانی این استان‌ها در تولید صنایع دستی، لزوم توجه بیشتر مسئولان در حمایت مادی و معنوی از هنرهای صناعی بیش از پیش آشکار می‌شود.

با نگاهی کلی به وضعیت صادراتی در هر یک از استان‌های مطرح شده می‌توان بدین نتیجه رسید که فرصت‌های بکار گرفته شده جهت فروش محصولات صنایع دستی به بازارهای بین‌المللی، در مقایسه با قابلیت‌های تولید داخلی، بسیار ناچیز است. چنانکه در نگاره ۳-۱ مشخص شده است، استان همدان ۲۵٪ سهم صادراتی کل کشور را به خود اختصاص داده است. هم‌چنین استان اصفهان با داشتن معاملات صادراتی به ارزش حدوداً ۲۳ میلیون دلار، ۲۴٪ از سهم صادرات در کل کشور را به خود اختصاص داده است. درصد صادراتی سایر استان‌ها نیز در نگاره ۳-۱ مشخص شده است. به طور کلی، مبلغ صادراتی ایران به

کشورهای هدف صادراتی با توجه به قدرت بالای تولید صنایع دستی توسط فعالان و هنروران بسیار کم است. این امر نشان‌دهنده عدم فرصت‌سازی در کشور و وجود ابهام در فضای کسب و کار است و لزوم برنامه‌ریزی دقیق بر مبنای فرصت‌های موجود در کسب و کار صنایع دستی را بیش از پیش آشکار می‌سازد.



نگاره ۳-۱ مقایسه ارزش دلاری صادرات اقلام صنایع دستی در استان‌های مختلف ایران در دوره زمانی ۸۹-۹۳

هم‌چنین، بررسی درصد اقلام صادراتی به کشورهای دیگر در نگاره ۳-۱ مشخص می‌سازد که صادرات در برخی استان‌ها به اندازه‌ای اندک بوده است که دارای درصد تقریبی صفر است. این مورد نشان می‌دهد که صادرات صورت گرفته در این استان‌ها، بسیار کمتر از آن بوده است که در تحلیل‌ها به عنوان مناطق صادراتی شناسایی شوند.

### ۲-۳ معرفی صنایع دستی مناطق صادراتی مهم

در ادامه، از آنجایی که به ترتیب استان‌های صادراتی همدان، اصفهان، تهران، یزد و خوزستان بخش عمده صادرات کشور را به خود اختصاص داده‌اند، صنایع دستی این مناطق به طور اجمالی معرفی می‌شوند.<sup>۱</sup>

۱. لازم به ذکر است، منبع مورد استفاده در معرفی قابلیت‌های صنایع دستی هر یک از استان‌ها، سایت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری،

## ۳-۲-۱ معرفی صنایع دستی همدان

صنایع دستی همدان قدمتی به اندازه تاریخ آن دارد. صنایع هر منطقه از خصوصیات قومی - ملی و جغرافیایی آن سرچشمه می‌گیرد و هنرمندان از جغرافیای منطقه‌ای خود الهام می‌گیرند. هنرمندان و صنعتگران همدانی نیز از این امر مستثنی نبوده‌اند. صنایع دستی استان همدان از شهرت بسزایی در سطح کشور برخوردار است و از میان آنها برخی اهمیت جهانی و صادراتی دارند. به خصوص که این شهر با توجه به قدمت تاریخی خود در مسیر اتصال شهرهای مختلفی قرار دارد و دسترسی به مرزهای غرب کشور از طریق این شهر صورت می‌گیرد. در ادامه، برخی از مهم‌ترین صنایع دستی این شهر به تفکیک تشریح می‌شود.

**قالی‌بافی:** قالی‌بافی در سطح کشور به واسطه دوام و استحکام آن مشهور است. ولی به نظر می‌رسد قالی‌بافی در استان همدان از پیشینه‌ای طولانی برخوردار نباشد. برای صحبت در این زمینه تنها از یک مدرک مستند می‌توان کمک گرفت. بنابر نوشته‌های سیسیل ادواردز<sup>۱</sup> (۱۳۵۸)، صنعت قالی‌بافی در شهر همدان در قرن اخیر پیشرفت کرده است. هیچ مدرکی مشعر بر وجود این حرفه تا قبل از سال ۱۹۱۲ میلادی (برابر با ۱۲۹۱ هجری شمسی) در این ناحیه در دست نیست.

اهمیت قالی‌بافی استان همدان از این نظر است که میزان محصول قالیچه‌های ارزان و متوسط آن بیشتر از سایر نواحی قالی‌بافی است. نقش‌های قالی که در همدان جهت بافت استفاده می‌شدند، بجز چند مورد محدود که توسط نقشه‌کش‌های همدانی طراحی شده بود، اغلب متعلق به شهرهای دیگر بودند. نقشه‌های رایج مورد استفاده قالی‌بافان همدان شامل خاتم شیرازی، اصفهان، جوزان، اژدر، دست دلبر، شکاری، ماهی هستند. البته نقشه ماهی با طراحی‌های گوناگون بیشتر از همه نقوش در همدان بافته می‌شود. به هر حال یکی از صنایع دستی پربرونق و معروف همدان از قدیم تاکنون قالی‌بافی بوده است.

**سفال‌گری:** هم اکنون مهم‌ترین مراکز تولید سفال در استان همدان، شهرهای لاله‌جین - در حدود ۲۵ کیلومتری همدان - و فرس‌فج در شهرستان تویسرکان است. سفالینه‌های لاله‌جین در گذشته با لعاب بیشتر و قلم‌زنی‌های دقیق‌تر انجام می‌شد. به طوری که می‌توان مطرح کرد که کارهای سفالی در گذشته از نظر شکل کاسه، لعاب‌ها، نقش و نگارها و روش قلم‌زنی با زمان حال متفاوت بوده است. در واقع، نگارگر سفالینه‌ساز سپری شدن زمان را احساس نمی‌کرد و رها از گرفتاری‌های زندگی در اندیشه‌های هنرمندانه خود غرق بود. در حال حاضر، سفال‌سازی در لاله‌جین همدان، اگر چه به لحاظ کمی و تعداد دست-اندرکاران و میزان تولید سالانه، افزایش چشمگیری نسبت به گذشته و حتی هر سال نسبت به سال پیش، یافته است، اما روز به روز میزان تولید سفالینه‌های شاخص لاله‌جین با رنگ‌های فیروزه‌ای، سبز، خردلی و قهوه‌ای کاهش یافته است.

<sup>۱</sup>. Cecil Edwards

**چرم‌سازی:** در گذشته‌ای نه چندان دور، چرم تولیدی در همدان به علت کیفیت و کمیت خاص آن مشهورترین و مرغوب‌ترین چرم در سراسر کشور شمرده می‌شد و آوازه کیفیت آن به کشورهای دیگر نیز می‌رسید. در حال حاضر، متأسفانه شماری از دباج‌خانه‌ها تعطیل شده‌اند. هرچند هنوز هم فعالیت تعداد خاصی از فعالان این حوزه ادامه دارد.

**صنایع دستی چوبی:** تولید انواع صنایع دستی با استفاده از چوب از دیرباز در استان همدان بویژه مناطق شهری از جمله همدان، ملایر و تویسرکان رواج داشته است. صنایع دستی چوبی شامل خراطی، نازک‌کاری، منبت‌کاری و معرق‌کاری است که در این استان خراطی و بویژه منبت‌کاری از رواج بیشتری برخوردار است. گفتنی است که طی سال‌های اخیر منبت‌کاری در تویسرکان و جوکار ملایر رونق بسیار چشمگیری یافته است.

**گیوه‌بافی:** کم بودن راه‌های ارتباطی ماشین رو، نوع معیشت مبتنی بر دامداری و کشاورزی و ضرورت تحرک فراوان در فصول سه‌گانه بهار و تابستان و پاییز کفشی را طلب می‌کند که سبک، راحت و مقاوم و خنک و در عین حال ارزان باشد. با خصوصياتی مذکور، تنها پای‌پوشی که می‌تواند جوابگوی خواسته‌های روستاییان باشد، گیوه است. البته در سال‌های اخیر به سبب رواج کفش‌های ماشینی و جایگزین شدن آن در اکثر مناطق استان، رونق و اعتبار دیرین خود را از دست داده است و صنعتگران شاغل نیز به علت کمی درآمد و کاهش تقاضا در این رشته به مشاغل دیگری روی آورده‌اند.

در حدود ۸۰ سال پیش، گیوه‌بافی جهت استفاده شخصی در اکثر قریب به اتفاق روستاهای استان به صورت ابتدایی وجود داشت که در حال حاضر به طور کلی از بین رفته است. ولی در سطح استان همدان هم اکنون در برخی روستاها این رشته دنبال می‌شود، به طوری که می‌توان ذکر کرد که گیوه‌بافی سومین منبع درآمد اهالی است و تقریباً تمام زنان و دختران در این روستا با گیوه‌بافی آشنایی دارند.

**شیشه‌گری دستی:** تولید و تهیه مصنوعات شیشه‌ای در سال‌های اخیر بیشتر جنبه شهری پیدا کرده است و کارگاه‌های شیشه‌گری اکثراً در مناطق شهری استقرار یافته‌اند. با این وجود، هنوز در بسیاری از مناطق روستایی ساخت فرآورده‌های شیشه‌ای ساده رواج دارد. شیشه دست‌ساز از جمله اصیل‌ترین و ارزنده‌ترین محصولات دستی است که در ایران دارای سابقه‌ای طولانی بوده است و ظروف و اشیای شیشه‌ای بدست آمده از روزگاران پیش، دلالت بر وجود این صنعت در ادوار بسیار دور و حتی پیش از میلاد دارد.

**پوستین‌دوزی:** در گذشته پوستین‌دوزی از جمله مهم‌ترین مشاغلی به شمار می‌رفت که در شهر و روستا وجود داشت. هم اکنون هم در بعضی از روستاهای استان، عده معدودی از روستاییان مبادرت به این امر می‌کنند. اما به علت گرانی بیش از حد پوست هر روز تعداد این افراد کاسته می‌شوند.

**گلیم‌بافی:** گلیم‌بافی در گذشته در اکثر روستاهای همدان از رونق خاصی برخوردار بود و هم اکنون نیز برخی از نمونه‌های آن در منازل ساکنین مصرف می‌شود. ولی با ورود محصولات ماشینی و خارجی، و نیز گرایش بیشتر مردم به زندگی شهرنشینی، اندک اندک دستگاه‌های گلیم‌بافی و جاجیم‌بافی جمع‌آوری شد و حتی برخی بافندگان گلیم، خود مصرف‌کننده محصولات

ماشینی شده‌اند. البته هنوز هم در برخی مناطق، فعالان این حوزه مشغول به کار هستند تا محصولات خود را به دست مخاطبان خاص خود برسانند.

**سنگ‌تراشی:** سنگ‌تراشی یکی از کهنه‌ترین پیشه‌های ایران است و استان همدان یکی از مراکز مهم استخراج سنگ و هنر سنگ‌تراشی است.

**حصیربافی:** حصیربافی یکی از حرفه‌های بسیار کهن و قدیمی در استان همدان است و شامل انواع محصولاتی است که با استفاده از الیاف، ساقه و شاخه‌های گیاهان مختلف ساخته می‌شوند.

**نساجی سنتی:** امروزه دستبافی به صورت تهیه و تولید انواع پارچه‌ها، و برخی زیراندازها نظیر جاجیم، جاجیمچه، روتختی، رومیزی، روتختی، روسری، لباس‌های محلی، ملحفه، شمد و ... در بسیاری از مناطق روستایی و برخی نقاط شهری استان همدان مرسوم است.

به‌علاوه، سایر رشته‌های فعال در این حوزه عبارتند از نقاشی سرامیک، چاقوسازی، زنجیرسازی، جاجیم‌بافی، آیینه‌کاری، گچ‌بری، مجسمه‌سازی، رفوگری، رنگرزی سنتی، طراحی نقشه فرش، ساخت ظروف مسی، مصنوعات چرمی، خراطی، خطاطی، کاشی هفت رنگ (کتیبه‌کاری).

### ۲-۲-۳ معرفی صنایع دستی اصفهان

صنایع دستی اصفهان در طول قرن‌های متمادی به عنوان نماینده هنر اصیل قوم ایرانی در جهان معرفی شده است. از این رو اگر اصفهان را مهد صنایع دستی ایران بنامیم، سخنی به گزاف نگفته‌ایم. زیرا ویژگی‌های فکری و روانی صنعتگر اصفهانی مانند ذوق، هنر و پشتکار موجب شده است تا فرآورده‌های دست‌ساز اصفهان نه تنها در کشورمان خریداران فراوان داشته باشد، بلکه گردشگران و علاقمندان خارجی نیز طالب دست‌ساخته‌های اصفهان با ویژگی‌های خاص آن باشند.

**فیروزه‌کوبی:** فیروزه‌کوبی یکی از معدود رشته‌های صنایع دستی است که نه تنها سابقه تاریخی چندانی ندارد، بلکه در حال حاضر تولید آن نیز محدود است. همین امر باعث شده است تا فیروزه‌کوبی آنگونه که باید شناخته نشود، هر چند که زیبایی و گیرایی یک محصول خوب صنایع دستی را با خود دارد. قدمت فیروزه‌کوبی به حدود ۷۰ سال قبل می‌رسد. در حال حاضر نیز صنعت دستی فیروزه‌کوبی فقط در اصفهان رواج دارد. تعداد محدودی نیز در اصفهان فیروزه‌کوبی ظروفی مانند بشقاب، لیوان، کاسه و گلاب‌پاش و ... را انجام می‌دهند.

یکی از کارهای جنبی صنعت فیروزه‌کوبی، تهیه «زیرساخت» است که در کارگاه زرگری و به طور جداگانه صورت می‌گیرد. یک فرآورده فیروزه‌کوب، اعم از زیورآلات و یا ظروف، عبارت از شیئی است مسی، برنجی، نقره‌ای و یا برنزی که ذرات و قطعات ریز سنگ فیروزه بر قسمت‌هایی از سطوح آن به فرم موزاییک در کنار هم نشانده و به این ترتیب جلوه‌ای خاص به آن بخشیده می‌شود. ساخت و پرداخت چنین فرآورده‌ای شامل دو مرحله کلی زرگری و فیروزه‌کوبی است.



**طلاکوبی روی فولاد:** طلاکوبی یکی از شیوه‌های تزئین اشیا و آثار فولادی است که در شهر اصفهان رواج دارد. از فولاد علاوه بر افزارهای معمولی اقدام به ساخت علم نیز می‌کنند. علم علاوه بر تیغه‌های فولادی معمولاً دارای پیکره‌هایی از برخی از پرندگان و حیوانات دیگر، و نیز گلدان، قوطی و شمعدان است. بر روی تیغه‌های علم بویژه تیغه وسط که از سایر تیغه‌ها بلندتر است، اسماء مبارکه طلاکوبی می‌شود. در حال حاضر طلاکوبی بر روی مجسمه‌های پرندگان و حیوانات نظیر طاووس، کبوتر، آهو، شیر و ... نیز صورت می‌گیرد.

**میناکاری:** زمان آغاز و رواج هنر میناکاری در ایران به سختی قابل تشخیص است. زیرا از روزگاران پیش از عهد صفویه نمونه‌هایی از میناکاری در دست نیست و حتی از دوران صفوی هم نمونه‌های قابل ملاحظه‌ای برجای نمانده است. لکن در دوران قاجاریه میناکاری به مقدار اندک به خصوص بر روی کوزه وجود داشته است. رواج صنعت میناکاری در اصفهان از دوران پهلوی حدوداً در سال ۱۳۱۰ هجری شمسی بوده است. بیشتر اشیایی که میناسازان فعلی به بازار عرضه می‌کنند شامل گوشواره، گلویند، انگشتر، جعبه‌های بزرگ و کوچک آرایش زنانه، جعبه‌های خاتم‌کاری و میناکاری، بشقاب مینا، گلدان مینا در اندازه‌های مختلف، و تابلوهای بزرگ و کوچک میناکاری هستند که با هنرهای دیگر مانند طلاکاری و خاتم‌کاری و مینیاتور ترکیب می‌شوند. هر چند میناکاری بر روی اشیای طلایی و نقره‌ای هم امکان‌پذیر است، اساساً این کار بر روی مس انجام می‌شود.

**خاتم‌سازی:** خاتم هنر آراستن سطح اشیا با مثلث‌های کوچکی است که طرح‌های گوناگون آن همواره به صورت اشکال منظم هندسی بوده است. این شکل‌های هندسی را با قرار دادن مثلث‌هایی کوچک در کنار هم نقش‌بندی می‌کنند. آثاری که از زمان‌های دور برجای مانده است، نظیر درهای کاخ‌ها، رحل‌های قرآن و صندوق‌های مقابر خاتم‌کاری، نشان می‌دهد که این هنر در زمان قدیم و به ویژه عهد صفویه رواج کامل داشته است که یکی از مراکز اصلی آن هم اصفهان بوده است.

متأسفانه در حال حاضر این هنر در اصفهان رو به زوال است و تنها شیراز به عنوان مرکز این صنعت باقی مانده است. صنعتگران خاتم‌ساز برای تهیه خاتم از مواد اولیه متنوعی استفاده می‌کنند که در کمتر صنعت دستی دیگری این چنین تنوع به چشم می‌آید. این مواد شامل چوب فوفل، چوب گردو، چوب نارنج، چوب عناب، استخوان شتر، مفتول برنجی، لایه برنجی، سریشم گرم، سریشم سرد، فرمالین، فیبر و روغن جلا و تخته سه‌لایی هستند. کار خاتم معمولاً در تهیه محصولات مختلفی از جمله قاب عکس، عصا، جعبه لوازم آرایش، جا کلیدی، جاکلمی و جلد آلبوم استفاده می‌شود.

**سفال و سرامیک‌سازی در شهرضا:** در شهر اصفهان و نیز در شهرهای نطنز و شهرضا در استان اصفهان سفال و سرامیک‌سازی رواج بسیاری دارد. شهرضا از مراکز عمده سفال‌سازی ایران است و محصولات آن دارای خریداران بسیار است. نقش‌هایی که در سرامیک شهرضا به چشم می‌خورد، اغلب نقش گل و بوته و ماهی است و برای رنگ کردن لعاب نیز از اکسیدهای فلزات آهن، مس و منگنز و کبالت استفاده می‌شود. در شهر نطنز نیز کارگاه‌ها سرامیک‌سازی با استفاده از خاک استون و محصولات جالبی را تولید می‌کند. در شهر اصفهان هم کارگاه‌های متعدد سفال و سرامیک‌سازی وجود دارد.

**عبابافی در نایین:** نایین در مشرق شهر اصفهان قرار دارد و تنها صنعت دستی آن عبا بافی است. حدود ۲۵ درصد عباهای تولید شده در محل به فروش می‌رسد و بقیه به شهرهای مشهد و قم و گاهی کشورهای عربی ارسال می‌شود.

**ساخت و قلمزنی فرآورده‌های مسی و برنجی:** یکی از پررونق‌ترین رشته‌های صنایع دستی اصفهان، ساخت و قلمزنی محصولات نقره‌ای مسی و برنجی است.

**منبت‌کاری:** واژه منبت به معنای کنده‌کاری خاص و همراه با خلل و فرج روی چوب است که سابقه‌ای دیرینه دارد. شاید بتوان آغاز تاریخ منبت‌کاری را از زمانی دانست که انسان نخستین بار، با ابزاری برنده چوبی را تراشیده است. در حال حاضر هم هنر منبت‌کاری همچنان رواج دارد و در گوشه و کنار ایران؛ هنرمندان بسیاری بدان مشغولند. اما متأسفانه استفاده از نقوش اصیل شامل طرح‌های اسلیمی و ختایی یا گل و بوته، به تدریج رو به فراموشی می‌رود و طرح‌های خارجی جایگزین آنها می‌شود. منبت‌کاری چوب در شهرهای گلپایگان و اصفهان رونق و رواج درخور و شایان توجه‌ای دارد.

**نمد مالی:** نمد مالی در استان اصفهان رونق فراوان دارد و یکی از مراکز مهم تولید انواع نمد شهر «شهرضا» است.

**ملیله‌سازی:** یکی از رشته‌های صنایع دستی اصفهان با ارزش هنری بسیار است و تولید محصولات آن نیاز به ظرافت و دقت فوق‌العاده‌ای دارد. فرآورده‌های تولیدی صنعتگران این رشته نمایانگر ذوق سرشار آنان است. لازم به ذکر است، در تولید برخی از فرآورده‌ها چون گل‌سینه و گوشواره تنها ملیله‌سازان حضور ندارند؛ بلکه از همراهی میناسازان و زرگران هم استفاده می‌شود. **سکمه‌دوزی و قلاب‌دوزی:** یکی دیگر از رشته‌های صنایع دستی موجود در شهر اصفهان، سکمه‌دوزی و قلاب‌دوزی است. مواد اولیه مورد استفاده سکمه‌دوزان و قلاب‌دوزان شامل کتان ایرانی و خارجی و نخ پنبه‌ای است. رومیزی گرد، زیربشقابی و دستمال‌های مخصوص از انواع محصولات این رشته صنایع دستی است.

**نگارگری:** نگارگری در ایران از سابقه‌ای طولانی برخوردار است. در زمان شاه عباس دوم که اصفهان پایتخت و مرکز هنر ایران شد، نگارگری هم در این شهر تکامل یافت. معمولاً برای نگارگری از چوب، عاج، فیبر و استخوان استفاده می‌شود و برای دور قاب، عکس و جعبه، خاتم و مینا به کار می‌رود. ضمن آن که باید گفت عده‌ای از هنرمندان اصفهانی نیز در زمینه طراحی فرش، تذهیب و تشعیر هم فعالیت دارند.

**نقره‌سازی:** نقره‌سازی از جمله صنایع دستی رایج در شهر اصفهان است کارگاه‌هایی که در آنها کار نقره‌سازی انجام می‌شود، کارهای دیگری از قبیل قلمزنی روی نقره، محصولات مسی و برنجی انجام می‌دهند. انواع فرآورده‌های تولیدی نقره‌سازان شامل سرویس چای‌خوری، گلدان، شمعدان و سرویس‌های چند پارچه است.

**قلمکارسازی:** قلمکارسازی یکی از صنایع دستی پرسابقه‌ای است که از دوره مغول‌ها در ایران مرسوم شده و قرن‌ها در اوج شهرت بوده است. در دوره مغول‌ها، به منظور جلب‌نظر خوانین مغول، ایرانیان دست به ابتکاراتی زدند که از جمله آنها، ابداع نقاشی روی پارچه یا پارچه‌های قلمکار بود. سپس این صنعت در زمان صفویه گسترش بیشتری پیدا کرد. به طوری‌که می‌توان

مطرح کرد که عمر پرشکوه این صنعت در زمان صفویه بود و در اواسط عصر قاجاریه بتدریج از رونق آن کاسته شد. در زمان سلطنت شاه عباس کبیر این صنعت رونق بسزایی یافت و بیشتر لباس‌های مردانه و زنانه از پارچه‌های قلمکار تهیه می‌شد.

در زمان سلطنت رضاشاه با امتیازات خاصی که برای صنعتگران و ارباب حرف به ویژه صنعتگران قلمکار فراهم شد، بار دیگر این صنعت رونق گذشته خود را به دست آورد و عده‌ای از استادکاران بزرگ قدیمی، شرکت تولید قلمکار را تشکیل دادند. تولید و عرضه محدود این محصولات، صنعتگران را به چاره‌اندیشی و پیدا کردن راه حل جهت عرضه بیشتر با همان کیفیت هنری واداشت. در این مورد تنها راه چاره، ایجاد نقوش مورد نظر روی قالب و انتقال قالب‌های مذکور روی پارچه بود. بدین ترتیب، این رشته هنری به یکی از مهم‌ترین رشته‌های صنایع دستی در اصفهان مبدل شد.

**سوزندوزی:** فعالان اصلی این هنر- صنعت، زنان و دختران خانه‌دار است. در حال حاضر، از این هنر علاوه بر کلاه، برای تهیه زیرلیوانی، کمربند، کفش و جلیقه استفاده به عمل می‌آید. طرح‌های سوزندوزان عموماً ذهنی و ملهم از برداشت‌ها و بینش‌های مشخص هنرمندان از محیط طبیعت است و بیشتر شامل گل‌بوته‌های تمثیلی می‌شود.

**گیوه‌بافی و گیوه‌دوزی:** متأسفانه گیوه‌دوزی در شهرهای مختلف استان اصفهان در حال از بین رفتن است. گیوه‌دوزان این شهر علاوه بر تولید گیوه، به تعمیر کفش نیز می‌پردازند. به طور کلی، نحوه تولید گیوه شامل تهیه رویه، تهیه تخت گیوه و نهایتاً دوخت رویه و تخت، همانند سایر مناطق کشور است.

**پوست و پوستین‌دوزی:** صنعت پوست‌دوزی در اصفهان از صنایع دستی پررونق این شهر در گذشته بوده است. فرآورده‌های پوستی اصفهان به لحاظ ظرافت و لطافت الیاف و رنگ سفید یکدست آن خواستاران زیادی دارد. ولی متأسفانه اکنون آن رونق دیرین را ندارد. از طرفی کاهش تعداد کارگاه‌های پوست‌دوزی نیز حاکی از نقصان تقاضا برای این محصولات است.

**کاشی‌سازی:** کاشی‌سازی یکی از اصلی‌ترین صنایع دستی اصفهان است. در این فرآورده، ویژگی طرح‌ها و نقش‌های قدیمی به خوبی حفظ شده است و حتی امروز هم خواستاران بسیاری دارد. به خصوص، از هنرهایی که با استفاده از کاشی در این استان انجام می‌گیرد، کاشی معرق است.

**لاکی روغنی:** از جمله محصولات لاکی روغنی، قلمدان‌ها هستند. قلمدان و قلمدان‌سازی با هنر و فرهنگ ایران رابطه و پیوند دیرینه دارد. چرا که گرانمایه‌ترین میراث‌های نقاشی، نگارگری تذهیب و منبت‌کاری هنرمندان قدیمی بر روی جعبه‌های قلمدان نقش بسته است. از طرفی قلمدان در گذشته‌ای نه چندان دور مهم‌ترین وسیله کتابت و بهترین عامل برانگیختن و ترغیب مردم طبقات گوناگون به فراگیری و آموزش خطاطی و خوشنویسی بود.

قلمدان‌سازی از عهد صفویه رونق و اعتبار افزونی گرفت. قلمدان‌های این دوره از جمله اصیل‌ترین آثار هنری باستان به شمار می‌رود. قلمدان‌ها از لحاظ جنس به طور عمده شامل سه دسته هستند: قلمدان‌های چوبی، فلزی و مقوایی. به علاوه، از محصولات دیگر لاکی روغنی می‌توان به جلدسازی و قاب آئینه اشاره کرد. سابقه این نوع هنر که در گذشته «نقاشی روغن» یا «لاکی» نامیده می‌شدند، چندان روشن نیست، لیکن از آثار موجود در موزه‌ها چنین استنباط می‌شود که تا بعد از دوره سلجوقیان

کلیه کتاب‌های خطی دارای جلد چرمی ساده یا ضربی، و فاقد هر نوع تزیینات اسلیمی بوده است. اسناد معتبر در دسترس نشان می‌دهد این هنر از دوره صفویه به ایران راه یافته و به موازات سایر انواع صنایع دستی شکل گرفته و متکامل شده است.

**قالی‌بافی:** اصفهان در زمان صفویه یکی از مراکز عمده قالی‌بافی بود. در این شهر تعداد زیادی کارگاه وجود داشت که در آن قالی‌های زربافت بافته می‌شد. اما این استان در فتنه افغان آسیب فراوان دید و تعداد بسیاری از هنرمندان و صنعتگران خود را از دست داد. با این وجود پس از چندی توانست رونق اولیه خود را به دست آورد. در زمان قاجاریه، قالی‌بافی اصفهان دوباره احیاء شد؛ به طوری که در جنگ جهانی اول اصفهان یکی از مراکز عمده تهیه قالیچه بود و پس از آن نیز بحران‌های زیاد اقتصادی، اثری در کار قالی‌بافی بر جای نگذاشت.

به طور کلی، تعداد رنگ‌های انتخاب شده در قالی‌های اصفهان بسیار محدود است. صنعت قالی‌بافی در نایین در آستانه جنگ دوم جهانی آغاز شد و چون بافندگان آنجا همواره با پشم نازک‌تر سروکار داشتند، به بافتن قالیچه‌های بسیار ریز بافت پرداختند و از آنجا که میزان تولید کم و جنس بسیار خوب بود، بازار خوبی برای کالای خود یافتند. حتی در زمان جنگ نیز بر رونق این رشته افزوده شد. بدین ترتیب قالی نایین که شاید بهترین قالی امروز ایران به شمار آید، پدید آمد.

هم‌چنین، قالی‌های تاریخی و گرانبه‌های کاشان مظهر زیبایی، ذوق و هنر ایرانیان در جهان است. از مهم‌ترین ویژگی‌های این قالی‌ها می‌توان به مواردی از این قبلی اشاره کرد؛ تزیینات مربوط به نقش، ریزه‌کاری‌ها و نقش و نگار مشترک با ظروف سفالی و کاشی‌سازی کاشان، بافت ریز و مخمل نما، و ظرافت خاص آن نسبت به قالی‌های دیگری که با گره فارسی بافته شده است. نقشه قالی‌های کاشان بیشتر شامل ترنج‌های کنگره‌دار و برگ‌های ظریف، شاخه‌ها و برگ‌های دندانه‌دار و سایر عناصر زیبای طبیعت هستند.

**ضریح‌سازی:** از جمله هنرهای تشکیل‌دهنده مجموعه هنری ضریح می‌توان به هنرهای طراحی و نقاشی سنتی، درودگری، مرصع‌کاری و ترصیع، زرگری، سازندگی، بافت، ترمه‌بافی و رودوزی، قلم‌زنی و سبک‌های مختلف آن، میناسازی، حجاری، خطاطی اشاره کرد.

### ۳-۲-۳ معرفی صنایع دستی تهران

به طور کلی، بیشتر صنایع دستی استان تهران شامل قلم‌زنی روی مس و برنج، خراطی و سبده‌بافی، خاتم‌کاری، شیشه‌گری، تراش و نقاشی روی شیشه، زیلوبافی، مصنوعات چرمی و نقاشی روی چرم، قالی‌بافی و چاپ باتیک، سفال‌گری، حصیربافی، ورنی‌بافی و دست‌بافی، جاجیم و گلیم، چننه، روبه پستی، جوال، خورجین، آهنگری هنری، معرق و منبت چوب، چاپ کلاقه‌ای، و ساخت مصنوعات تزیینی هستند. در ادامه، برخی از این رشته‌ها به طور مختصر تشریح می‌شوند.

**قالی‌بافی.** در بین صنایع دستی رایج در استان تهران، بافت قالی و قالیچه گستردگی فوق‌العاده چشمگیری دارد و هم‌اینک به صورت حرفه‌ای خانگی تقریباً در تمام نقاط روستایی استان رایج است؛ به طوری که قالی‌بافی در مناطق غیرشهری کرج، دماوند و شمیرانات دایر بوده است و این رشد شتابناک، منجر به این شده است که صنایع دستی به عنوان یک عامل مکمل اقتصاد

کشاورزی در جوامع روستایی به شمار آید. گره رایج در قالی‌بافی استان تهران گره فارسی است، ولیکن، اکثر کسانی که طی سال‌های اخیر به قالی‌بافی روی آورده‌اند، از گره ترکی استفاده می‌کنند که مختص قالی‌بافان ترکمن، آذربایجانی، همدانی و ... است.

گفتنی است در شهر تهران برخی طراحان هنرمند و نیز هنرمندان قالی‌باف آثار بسیار نفیس و باارزشی نظیر چهره‌بافی، تابلو‌بافی، آثار حجمی و قالیچه‌هایی با کیفیت بالا از لحاظ طرح و نقش و بافت پدید می‌آورند. به‌علاوه، صنعت دستی دیگری که بویژه در مناطق روستایی استان تهران سابقه تولید دارد و در گذشته گروه‌های کثیری نیز به آن اشتغال داشته‌اند، بافت انواع گلیم نقش‌دار و مخطط است.

**روکاری (رودوزی).** اصطلاح روکاری معمولاً به آن گروه از تولیدات دست‌ساز اطلاق می‌شود که طی آن دختران و زنان روستایی با استفاده از سوزن یا قلاب و به کمک نخ‌های رنگین، بر روی پارچه نقش‌ها و طرح‌های اصیل و سنتی را پدید می‌آورند. انواع رودوزی‌ها در شهر تهران رواج دارد و از آن جمله، قلاب‌دوزی، قلاب‌بافی و گل‌دوزی از جمله رودوزی‌های رایج در شهر تهران است.

**جاجیم‌بافی.** منطقه فیروزکوه به دلیل کوهستانی بودن و داشتن مراتع سرسبز و قهراً گله‌داری و دامپروری گسترده، یکی از مراکز تولید پشم ایران محسوب می‌شود و جاجیم‌های تولیدی آن نیز دارای معروفیت خاصی است. جاجیم‌های تولیدی روستاهای فیروزکوه به دلیل نزدیکی منطقه با مازندران کاملاً تحت تأثیر دست‌بافی آلودشت و شبیه پارچه‌های آلودشت است، با این تفاوت که عرض جاجیم‌های تولیدی از ۲۵ سانت تجاوز نمی‌کند. گروهی از عشایر قشقایی ساکن در روستای قجرتخت رستم نیز در گذشته به تولید جاجیم‌هایی بسیار نفیس اشتغال داشته‌اند، ولی در حال حاضر اکثراً به دلیل جاذبه‌های اقتصادی بهتر قالیبافی جذب این حرفه شده‌اند. در روستای کوهان از توابع دماوند نیز، عده‌ای به تولید جاجیم اشتغال دارند که بافته‌هایشان دارای عرض ۲۵ سانت است.

**چادرشب‌بافی.** پرمیشینه‌ترین صنعت دستی رایج در منطقه روستایی استان تهران، بافت چادر شب در اندازه‌های مختلف و برای مصارف متفاوت است که به صورت حرفه‌ای خانگی، هم اینک در روستاهای کوهان و گیلان (از توابع شهرستان دماوند) جریان دارد و دست‌اندرکاران آن که عمدتاً زنان و دختران خانه‌دار هستند، با بهره‌گیری از دستگاه‌های چوبی ساده محصولاتی بسیار نفیس و ظریف با طرح‌های راه‌راه و پیچازی به رنگ‌های زرد، قرمز، سبز، بنفش، نارنجی، قهوه‌ای، نیلی و ... تولید می‌کنند.

**نمد مالی.** این رشته از جمله صنایع پرمیشینه دیگری است که در مناطق روستایی استان تهران رواج داشته، ولی در حال حاضر تقریباً منسوخ شده است. این حرفه که در گذشته گروه کثیری از ساکنان مناطق روستایی استان تهران به ویژه سکنه روستایی طالقان، ورامین و عشایر اسکان یافته در شهر ری و شهریار به آن اشتغال داشته‌اند، به علت پایین بودن میزان تقاضا، دشواری کار و بالا رفتن قیمت مواد اولیه در سال‌های اخیر کلیه دست‌اندرکاران خود را از دست داده است و هم‌اینک فقط تعداد

معدودی از عشایر، هنگامی که به مراتع حومه سد لار (در منطقه شمیرانات) کوچ می‌کنند، مقدار اندکی نم‌د برای مصارف شخصی تولید می‌کنند. در روستای کش (از توابع طالقان) هنوز نشانه‌هایی از تولید این محصول به چشم می‌خورد و نم‌دمالان در صورت دریافت سفارش گاهی اقدام به تولید می‌کنند. در منطقه امامزاده جعفر (از توابع ورامین)، که در گذشته یکی از عمده‌ترین مناطق تولید نم‌د در استان تهران بود، از چند سال قبل تا به حال فعالیت‌ها رو به کاهش گذاشته است.

زیلوبافی. در منطقه ورامین، بافت زیلوهای ارزان‌قیمت رواج نسبتاً گسترده‌ای دارد، به طوری که در قشلاق داودآباد، باقرآباد، گرگ‌تپه، قرچک و خیرآباد، زیلوبافی دایر است و گروهی از تولیدکنندگان غیربومی با بهره‌گیری از دستگاه‌های بافندگی دستی سرگرم کار هستند.

سفال‌گری و سرامیک‌سازی. قسمت‌های جنوبی سلسله جبال البرز به ویژه بخش‌های جلگه‌ای استان (نظیر دشت ورامین و ری) که حاصل رسوبات آبرفتی رودخانه‌های جاجرود و کرج است، دارای طبقات رسی است که همین مسئله موجب رشد و رونق صنعت سفال‌گری و آجرپزی در این ناحیه شده است. وجود کوره‌های متعدد آجرپزی در حومه ری و ورامین دلیل خوبی بر مرغوبیت خاک در این منطقه جهت سفال‌گری است. تولیدات عموماً بدون لعاب هستند، ولی به لحاظ مرغوبیت خاک منطقه از شفافیت و ویژگی خاصی برخوردار هستند. گفتنی است برخی هنرمندان سفال‌گر در حدود شهر ری و نیز مهرشهر کرج و بعضاً در محل اقامت خود در شهر تهران به تولید انواع محصولات سفال و سرامیک می‌پردازند.

### ۳-۲-۴ معرفی صنایع دستی یزد

از زمان‌های بسیار دور زندگی مردم استان یزد، با صنایع دستی عجین بوده است و تا امروز نیز این صنایع مورد توجه صنعتگران، هنرمندان و مردم هنرشناس قرار دارد. گرچه برخی از این صنایع در حال حاضر به فراموشی سپرده شده‌اند، اما باز هم در بازارهای شهر و کارگاه‌های صنایع دستی می‌توان تاریخ گذشته و هنر یزدی‌ها را مشاهده کرد. در این بخش به برخی از صنایع دستی اصیل خطه کویر یزد و آثار دستی هنرمندان این استان اشاره می‌شود.

سرامیک و سفال. هنر سفال‌گری در استان یزد، به ویژه در شهر میبد، دارای طرح‌های ویژه‌ای است و از حال و هوای کویر نشأت گرفته است. در اصطلاح محلی، تولیدات سفال را «کواره» می‌نامند. سفال و سرامیک میبد با نقش‌های اصیل «خورشید خانم» و «مرغ و ماهی» شهرت فراوان دارد. «خورشید» سمبل آفتاب درخشان کویر، «مرغ» نماد گونه‌ای از گنجشکان نواحی کویری، و «ماهی» کنایه از کم‌آبی این سرزمین است.

طرح سرامیک میبد با نقش خورشید، مرغ و ماهی در نمایشگاه بین‌المللی مونیخ در سال ۱۹۷۱ میلادی (۱۳۵۰ هـ.ش) برنده مدال طلا شد و در سایر نمایشگاه‌ها نیز با استقبال بازدیدکنندگان و تأیید صاحب نظران روبرو شده است. کوزه‌ها و کاسه‌های ساخت استان یزد، به ویژه ساخته‌های شهر میبد از ظرافت و زیبایی خاصی برخوردارند و نمونه‌های آن در سفال‌های سایر نقاط ایران به چشم نمی‌خورد. کواره‌های ساخت میبد عبارت از سفال ساده بی‌لعاب و سفال لعابدار است.

**کاشی‌سازی.** کاشی‌سازی عبارت از به‌کارگیری کاشی‌های زیبا و گوناگون سنتی در معماری بناها است. این هنر در استان یزد قدمتی هفت‌صد ساله دارد. هنرمندان ابتدا اشکال دلخواه کاشی را تهیه و سپس روی آنها را نقاشی می‌کنند و آنگاه آنها را لعاب می‌دهند و پخت می‌کنند. انواع کاشی این استان شامل کاشی یزدی، کاشی کمک، کاشی شبکه، کاشی شش‌گوش، کاشی حاشیه، کاشی اکمند، کاشی هفت‌رنگ و کاشی جوک است.

**زیلوبافی (پلاس‌بافی).** این دست‌بافته زیبا، خاص مناطق حاشیه کویری است. این فرش با نوع زندگی مردم منطقه تطابق دارد و بخشی از اعتقادات مذهبی، تاریخ، معماری، طبیعت و گویش مردم این نواحی نیز، بر تار و پود آن نقش بسته است. زیلوبافی در شهر میبد سابقه‌ای دیرینه دارد. برخی سابقه زیلوبافی در شهر میبد را به قرن هشتم ه‍.ق و دوره مظفریان نسبت می‌دهند.

قدیمی‌ترین و در عین حال نفیس‌ترین زیلوهای میبد، به قرن دوازدهم ه‍.ق تعلق دارد و بر روی آن بیست و چهار سجاده طراحی شده است. در مجموع رنگ‌های آن با اندکی اختلاف، یکسان و چشم‌نواز است. در حاشیه این زیلو، نام واقف و تاریخ ۱۱۸۸ ه‍.ق نقش شده است. نقش‌های زیلو در میبد به سه نوع تقسیم می‌شوند: پنج‌تایی (مجی)، هفت‌تایی و سیزده‌تایی. نقش‌های پنج‌تایی شامل چشم بلبلی، پُرگ و مهرگ، هفت‌تایی مانند بافتوگ، پرت توره (رد شغال)، زلف، مفرش حلقه، زنجیر وگ، تالوگ، رکن‌الدینی، چارکلگ، سروگ خزن قفلی، چشم بلبلی، و سیزده‌تایی نظیر گره، بندرومی، کلی، گچ‌کند، تالوگ، سرو، سینه‌ریز، کمری و پرت‌گرگ (رد گرگ) هستند.

**فرش‌بافی.** عمده‌ترین صنعت دستی استان یزد، صنعت فرش‌بافی است. این صنعت تقریباً در تمام شهرها و روستاهای استان رواج دارد. قالی‌های دست‌بافت یزدی در اندازه‌های ۳×۴، ۳/۵×۲/۵، ۲×۳، ۲/۵×۲/۵، و ۱×۱ تولید می‌شود. نقشه‌های اصیل فرش یزد به نام‌های «هراتی»، «گل و ماهی»، «سردار جنگل» و «کرمانی» است. ۷۵٪ از فرش‌های این استان با خامه پشم و ۲۵٪ از خامه کرک بافته می‌شود. صنایع تولید رنگ، خامه و رنگرزی از جمله صنایع جنبی است که مکمل صنعت فرش‌بافی این استان است.

**شعربافی.** از مهم‌ترین صنایع دستی یزد، شعربافی و محصولات مختلف این صنعت است. شعربافی در ابتدا توسط زنان انجام می‌شد، اما رفته رفته این هنر به یک کار کارگاهی و مردانه تبدیل شد. تا چند سال پیش صدای کار دستگاه‌های شعربافی در بیشتر کوچه‌های یزد شنیده می‌شد. کارهای شعربافی متنوع هستند و دست‌بافته‌های آن عبارت از ترمه، زری‌بافی، شمد، دستمال، مخمل، دارایی، چادرشب، قنویز و دندانی هستند.

**ترمه.** ترمه‌بافی در استان یزد سابقه‌ای بیش از دویست و پنجاه سال دارد و همواره جزو سوغات مهم این شهر و یکی از اقلام صادراتی آن بوده است. ترمه پارچه‌ای است در نهایت زیبایی، که تار آن از ابریشم طبیعی و پودش از ابریشم نخ، پشم و کرک الوان است. در گذشته ترمه را با دست می‌بافتند، از این رو آن را «انگشت‌باف» نیز می‌نامیدند. اما در حال حاضر تولید آن نیمه‌دستی است. انواع ترمه شامل شال چارق‌دی، شال‌بندی، شال راه راه، شال محرمات، شال اتابکی، شال کشمیری، شال رضایی،

شال امیری و شال یزدی هستند. به علاوه، معروف‌ترین نقش‌های ترمه عبارت از طرح جام، بته کشمیری، بته اژدری، رضا ترکی، گلزار، قاب قرآن، خجسته، تاجی و نقوش جدید هستند.

**زری‌بافی.** زری‌بافی از بافته‌های قدیمی است که قدمت آن به دوره ساسانیان می‌رسد. در گذشته مراکز عمده تولید آن شهرهای اصفهان، ابیانه، یزد و کاشان بود.

**شمه.** نوعی پارچه ابریشمی است که به عنوان روانداز در فصل تابستان استفاده می‌شود. شمه اغلب دارای نقش‌های ساده و چهارخانه است.

**دستمال.** دستمال بافی در کارگاه‌های کوچک صورت می‌گیرد. دستمال یزدی در ابعاد و طرح‌های متنوع در تمام نقاط کشور خریدار دارد. معروف‌ترین طرح‌های دستمال یزدی شامل عشایری، ابریشمی، مرسریزه هستند. در حال حاضر، ماده اولیه این بافته‌ها ابریشم مصنوعی (ویسکوز) است.

**مخمل.** تولید این پارچه به طور دست‌بافت در یزد انجام می‌شود. در بافت مخمل یزدی از ابریشم استفاده می‌کنند.

**دارایی.** دارایی از بافته‌های زیبا و ویژه یزد است. برای تهیه دارایی، نخ‌های تار را قبل از بافت به روش‌های خاصی رنگ می‌کنند، به‌طوری که پس از بافت، نقش‌های متنوعی در آن پیاده می‌شود. ماده خام دارایی قبلاً ابریشم خالص بود و اکنون ابریشم مصنوعی است.

**چادرشب.** در یزد و اردکان دو نوع چادرشب بافته می‌شود. گونه نخست، نازک و نقش‌دار است و به چادرشب رختخواب‌پیچ معروف است. گونه دوم، ضخامت بیشتری دارد و برای حمل علوفه و فرآورده‌های کشاورزی به کار می‌رود و به آن چادرشب بیابانی می‌گویند.

**قنایز.** قنایز از پارچه‌هایی است که با ابریشم بافته می‌شد و امروزه به فراموشی سپرده شده است.

**دندانی.** دندانی یا گل‌خورد پارچه‌ای است که بافت آن ساده به نظر می‌رسد، اما زحمت بسیار دارد. این پارچه به پارچه جامه زرتشتیان شهرت دارد.

**گیوه‌بافی.** بافتنی و سرگرمی زنان روستایی هنگام فراغت از کار، گیوه‌بافی است. زنان با استفاده از نخ پنبه‌ای و سوزن، گیوه می‌بافند. در مناطقی مانند تفت، مهریز، خونزا، نیر، بهاباد هنوز گیوه‌بافی ادامه دارد. پس از آن که بافت رویه گیوه توسط زنان به اتمام می‌رسد، مردان کار دوخت آن را انجام می‌دهند که به این عمل تخت‌کشی می‌گویند. در گذشته تخت گیوه را از چرم و لته (پارچه‌های سرقیچی) درست می‌کردند؛ اما در سال‌های اخیر از تخت لاستیکی استفاده می‌کنند.

**حصیربافی.** حصیربافی یا بافت بوریا که با استفاده از الیاف درخت خرما است، در مناطق مختلف استان یزد چون بافق، طبس، بهاباد، مبارکه و روستای «زدین» اردکان رواج دارد. مهم‌ترین مراکز تولید این صنعت در مناطق طبس و بافق متمرکز است. انواع تولیدات حصیری نیز شامل انواع کلاه، بادبزن، جارو، سبد و پادری هستند.



**خورجین‌بافی.** لبافی یا خورجین‌بافی از دیرباز در شهرهای اشکذر و اردکان رواج دارد. خورجین بیشتر مورد استفاده روستاییان است. ماده اولیه خورجین، نخ پنبه است که آن را مانند زیلو بر دارهای عمودی می‌بافند و نسبت به زیلو نقش کمتری دارد.

### ۳-۲-۵ معرفی صنایع دستی خوزستان

صنایع دستی در استان خوزستان از اهمیت بالایی برخوردار است. ساکنان این استان در طول قرن‌های گذشته، هنر را با کار و زندگی تلفیق کرده‌اند. برخی از صنایع دستی مرسوم در این منطقه به شرح زیر مطرح می‌شوند.

**میناکاری و قلمزنی:** میناکاری بر روی طلا و نقره و قلمزنی بر روی مس و برنج، از جمله فعالیت‌هایی به شمار می‌رود که از گذشته‌های دور در استان خوزستان رواج داشته است. این فعالیت‌ها در شهرهای آبادان، خرمشهر و اهواز انجام می‌شود که در سال‌های اخیر بیشتر فعالان این حرفه در اهواز به کار خود ادامه می‌دهند. تولیدات مینایی توسط "صبی‌ها"، پیروان حضرت یحیی، بر روی طلا، نقره و دیگر فلزات؛ و بیشتر به صورت زینتی و زنانه عرضه می‌شود. این تولیدات (با نقوش معمول و متداول شتر و ساربان، نخل، پل معلق از جمله پل رودخانه کارون، گنبد و قایق) بر روی گردن‌بند، دستبند، گوشواره، انگشتر، النگو، و همچنین قندان، سینی، گیره استکان و ... کاربرد دارند.

**ورشوسازی:** این صنعت در خوزستان در زمانی نه چندان دور فعالیت چشمگیری داشت. عمده فعالیت‌های مربوط به ورشوکاری توسط مردان و در شهر دزفول انجام می‌گرفت. هم اکنون نیز در شهر دزفول تعدادی صنعتگر به این حرفه مشغول هستند.

**خراطی:** خراطی چوب از هنرها و صنایعی است که بیشتر در دو شهر دزفول و بهبهان رواج دارد. در دزفول محصولات محصلاتی مانند پایه میز، صندلی، مبل، چوب لباسی، میل زورخانه، گلدان، نمکدان و... ساخته می‌شوند. در بهبهان نیز کارگاه‌های خراطی وجود دارد که از جمله محصولات آنها، گهواره پایه مبل است که از چوب سپیدار تراشیده می‌شود.

**کپوبافی:** کپوبافی که در سال‌های اخیر در استان خوزستان رونق فراوان یافته است، بیشتر در دهستان شهبون دزفول و روستاهای اطراف آن انجام می‌شود. مواد اولیه مصرفی در بافت کپو را، برگ‌های خشک نخل، اصطلاح محلی "کرتک"، و ساقه‌های نازک گندم، اصطلاح محلی "هلفه"، تشکیل می‌دهد.

**بوریا (حصیر زیرانداز):** بوریا یا حصیر زیرانداز با الیاف برگ درختان خرما بافته می‌شود. این حصیر از نی مردابی که در این منطقه به وفور یافت می‌شود، نیز تولید می‌شود. این نوع حصیر برای زیرانداز و همچنین پوشش سقف منازل کاربرد دارد. لازم به ذکر است، بوریا بافی کاری است که فقط توسط مردان انجام می‌شود.

**گلیم:** این محصول، بافته‌ای است که بیشتر به صورت دارهای افقی و بعضاً به صورت عمودی بافته می‌شود. بافندگان آن عشایر بختیاری و عشایر عرب هستند. گلیم‌هایی نیز در هفتگل بافته می‌شود که نقوش آنها شباهت به بافته‌های عشایر قشقایی فارس دارد. از مناطق اصلی گلیم‌بافی در خوزستان، روستای عرب‌نشین غزی است که گلیم‌های آن غالباً دارای تار پنبه‌ای و پود پشمی است و به رنگ‌های قرمز، صورتی، سبز، نارنجی، آبی، سرمه‌ای و سفید موجود است. نقوش گلیم‌های غزی هندسی و ذهنی هستند و بافتی ساده دارند.

**احرامی:** این محصولات بیشتر در شوشتر بافته می‌شوند. احرامی پارچه‌ای است با تار پنبه‌ای و پود پشمی که به رنگ‌های سرمه‌ای، زرد، سبز، سفید، نارنجی، قرمز و ... تولید می‌شود.

**نمد مالی:** نمد مالی از جمله صناعی است که در استان خوزستان رواج بسیار دارد. دلیل این امر این است که مصرف‌کنندگان اصلی تولیدات نمدی، عشایر هستند. دو شهر دزفول و بهبهان از مراکز مهم تولید نمد در این منطقه محسوب می‌شوند. تولیدات نمدی این شهر عبارت از زیرانداز، کپنک و کلاه نمدی هستند.

**موج:** بافت موج در استان خوزستان و خصوصاً در شهر بهبهان رایج است و برای بافت آن از دستگاه‌های نساجی سنتی استفاده می‌کنند. نوعی پارچه دست‌بافت است که اندازه‌های متفاوت دارد. در واقع موج همان دستبافی است که در سایر نقاط ایران به رختخواب پیچ یا چادر شب نیز معروف است.

**ابریشم‌بافی:** بافت این نوع پارچه در دزفول رایج است و در تهیه این محصول از نخ ابریشم مصنوعی (ویسکوز) استفاده می‌شود. **عبابافی:** بافت عبا در خوزستان سابقه‌ای دیرینه دارد. در گذشته عبابافی در این استان در شهرهای دزفول، شوش، و سوسنگرد و بهبهان رواج داشته است. هم اکنون تولید آن بیشتر در شهرهای سوسنگرد و بهبهان انجام می‌شود. این عباها معمولاً به رنگ‌های خرمایی، مشکی، خاکستری و شیری است که توسط بافندگان رنگرزی می‌شود.

**کلاه نمدی:** برای تهیه کلاه نمدی به جای پشم از کرک به عنوان ماده اولیه استفاده می‌شود.

**گیوه‌بافی و گیوه‌دوزی:** از جمله صناعی که در استان خوزستان قدمت دیرینه دارد، گیوه‌بافی و گیوه‌دوزی است که حدود ۲۰۰ سال در این منطقه رواج دارد. از مراکز اصلی این صنعت در خوزستان دو شهر دزفول و بهبهان را می‌توان نام برد.

**سبدهبافی:** استان خوزستان که از مراکز مهم پرورش نخل در ایران است. صنعتگران از برگ درختان خرما سبدهایی درست می‌کنند که مصارف مختلف دارد و به آن زنبیل می‌گویند. هم‌چنین عشایر بختیاری خوزستان و عده‌ای از روستاییان اطراف دزفول از شاخه‌های نازک و ترکه‌های درختان مختلف سبدهایی می‌بافند که معروف‌ترین آنها سبدی است که "سله" نامیده می‌شود و برای آبکش کردن برنج از آن استفاده می‌شود. در اندیمشک نیز عده‌ای از هموطنان ترک‌نژاد با استفاده از ترکه‌های درخت بید، سبدهایی با اندازه و شکل‌های متفاوت تولید می‌کنند که مصارف گوناگون دارد. عشایر و روستاییان استان خوزستان نوعی سبد که "کوروک" نامیده می‌شود، برای جابجایی ماکیان تولید می‌کنند.

**فلزکاری:** در استان خوزستان ساخت وسایل فلزی در شهرهای دزفول، اهواز، مسجد سلیمان، بهبهان، رواج دارد که تولیدات مختلفی از قبیل داس، تیشه، قیچی، قند شکن و ... از محصولات آنان است.

**تولید محصولات پوستی:** استان خوزستان به علت وجود عشایر بختیاری، که بخش‌هایی از این منطقه را قشلاق خود قرار داده‌اند، و هم‌چنین اسکان بسیاری از آنان در این خطه، از نظر تولید پوست موقعیت خاصی را داراست. در این استان بدلیل وجود عشایر بختیاری که کار اصلی‌شان دامداری است، پوست به وفور یافت می‌شود. با این حال صنایع چرم و پوست چندان رواج

نداشته است و فقط عده کمی از عشایر آنهم برای رفع نیاز خودشان و برای ساختن لوازم مورد استفاده زندگی مانند مشک و همیان از آن استفاده می‌کنند. گاهی نیز از پوست برای دهل، از سازهای محلی، استفاده می‌کنند.

همان‌طور که مطرح شد، صادرات مناطق مختلف صادراتی کشور در مقایسه با پتانسیل‌های هر یک از این استان‌ها در حد ناچیزی بوده است. این امر توجه مسئولان و دلسوزان این حوزه را بیش از پیش آشکار می‌سازد. نگاهی هر چند گذرا به قابلیت‌های مطرح شده در این سه استان نشان می‌دهد که محصولات صادراتی حتی درصد محدودی از تولیدات هنرمندان و تولیدکنندگان هر استان را شامل نمی‌شود. به طور مثال، در استان همدان، مهم‌ترین منطقه صادراتی کشور در سال ۹۲، تنها برخی محصولات چوبی، سفالی و شیشه‌ای به کشورهای دیگر صادر شده است.

این در حالی است که محصولات مهم این شهر از قبیل قالی، گلیم، و محصولات چرمی و سنگی می‌تواند بخش عمده‌ای از صادرات این استان را به خود اختصاص دهد. استان خوزستان، به صورت مجموعه ترکیبی از گروه‌های روستایی، عشایری و شهری، طیف وسیعی از محصولات صنایع دستی را تولید می‌کند که میزان صادرات صورت گرفته از این استان در مقایسه با این ظرفیت تولید بسیار محدود است. هم‌چنین در استان اصفهان، به عنوان مهد هنر ایران، زمینه‌های صادراتی بسیاری وجود دارد که سرمایه‌گذاری مناسب در این حوزه می‌تواند شکوه و رونق کم‌رنگ شده این استان را برگرداند.

در ادامه، به منظور بررسی بهتر اقلام صادراتی در دوره زمانی ۸۹-۹۳، کالاهای صنایع دستی صادر شده از سوی استان‌های ایران، بر اساس گروه‌بندی ارایه شده در فصل اول، مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

### ۳-۳ بررسی اطلاعات صادراتی استان‌های مختلف بر حسب گروه‌های شاخص

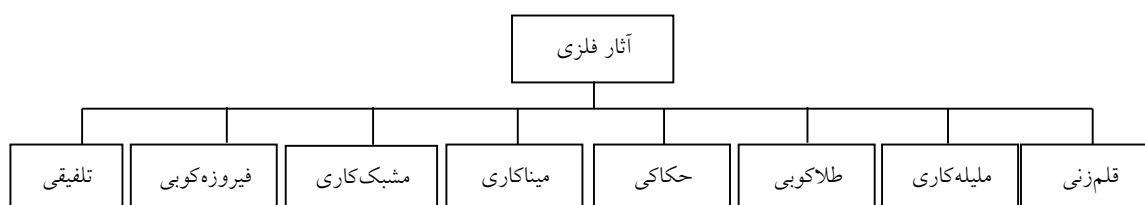
در این بخش، اطلاعات صادراتی استان‌های مختلف بر اساس گروه‌های اصلی صنایع دستی ارایه می‌شود. لازم به یادآوری است، در برخی داده‌های دریافتی از سایت گمرگ ایران، منطقه و استان صادراتی نامشخص بوده است که در فرآیند تحلیل در این بخش بررسی نشده است. با توجه به اقلام صادراتی می‌توان چنین ذکر کرد که از میان گروه‌های معرفی شده در فصل اول، گروه آثار فلزی، آثار سفالی، آبگینه، آثار چوبی و دست بافت‌های سستی در فعالیت‌ها و مبادلات بازرگانی بین‌الملل مورد توجه قرار گرفته است که در ادامه، به تفکیک، اطلاعات صادراتی این اقلام تشریح می‌شود.

#### ۳-۳-۱ آثار فلزی ایران و استان‌های صادراتی

فلزکاری و هنرهای مرتبط با آن، از کهن‌ترین روزگاران تا دوران معاصر، آثار ارزشمندی را همچون مفرغینه‌های لرستان، زیورآلات و جام‌های هخامنشی، بشقاب‌های نفیس زرین و سیمین سامانی، آثار بی‌نظیر دوران اسلامی، مفرغ‌ها و مشبک‌کاری‌های بی‌مانند و ضریح‌های پر جلوه و با ابهت اماکن متبرکه را ارایه کرده است.

تزئینات گوناگونی بر روی آثار فلزی انجام می‌شوند که از آن جمله قلم‌زنی، طلاکوبی، ملیله‌کاری، فیروزه‌کوبی، حکاکی، قفل و یراق‌سازی، زیورآلات‌سازی، چاقوسازی، میناکاری و ساخت ضریح و درهای متبرکه از انواع هنرهای فلزی هستند که برخی

از آنها روش ساخت و تزئین تلفیقی دارند مانند زیورآلات ضریح و درب‌های اماکن متبرکه. برخی روش‌های تزئین آثار فلزی در نگاره ۲-۳ نشان داده شده است.



نگاره ۲-۳ برخی روش‌های تزئین آثار فلزی

امروزه با احیای روش و اسلوب‌های فلزکاری گام نوینی در احیا و حفظ شیوه‌های کهن برداشته شده است که آن هم به همت استادان بزرگ این عرصه در روزگار ماست (ذریه زهرا، ۱۳۹۱).

آثار فلزی در حوزه صنایع دستی، بخش خاصی از صادرات این حوزه در ۵ سال اخیر را در بر می‌گیرد. جدول ۳-۲۶، اطلاعات مناطق صادراتی آثار فلزی ایران را نشان می‌دهد. در این جدول، مناطق صادراتی هر یک از محصولات گروه آثار فلزی همراه با ارزش دلاری صادرات آنها درج شده است. به علاوه، در هر محصول نیز، فعال‌ترین و کم‌فعالیت‌ترین استان کشور ذکر شده است.

جدول ۳-۲۶ اطلاعات مناطق صادراتی آثار فلزی ایران

گروه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعالیت‌ترین استان
آثار فلزی	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	اصفهان	۱۲۰۰۲۸۶	اصفهان	فارس
		تهران	۸۷۰۵۰۶		
		فارس	۳۴۲۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۰۷۴۲۱۲		
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	آذربایجان شرقی	۹۱۸۰	تهران	خراسان رضوی
		آذربایجان غربی	۲۷۲۰۱۶		
		خراسان رضوی	۷۵۰		
		قم	۴۳۴۱۹		
		اصفهان	۳۷۸۶۷۵		
		فارس	۲۰۸۸۸		
		تهران	۱۱۵۶۱۷۳		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۸۸۱۱۰۱		

گروه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعالیت‌ترین استان
آثار فلزی	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	آذربایجان غربی	۸۱۰۰	اصفهان	آذربایجان غربی
		اصفهان	۱۲۶۶۵۸		
		تهران	۱۱۴۳۸۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۴۹۱۳۸		
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	اصفهان	۲۰۸۳۰	گیلان	فارس
		گیلان	۴۸۸۷۰۰		
		فارس	۳۵۹۸		
		تهران	۵۹۴۲۲		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۷۲۵۵۰		
	کارد با تیغه ثابت (غیر از کاردهای سر میز)	اردبیل	۱۹۵۰	اردبیل	-
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۹۵۰		
	طلاآلات یا نقره‌آلات و اجزای آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، حکاکی، قلم‌زنی شده	تهران	۱۳۱۰	اصفهان	تهران
		اصفهان	۹۷۳۵		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۱۰۴۵		
	طلاآلات یا نقره‌آلات و اجزای آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، ملیله‌کاری	اصفهان	۱۰۷۲۰۰	اصفهان	-
			۱۰۷۲۰۰		
	زیورآلات یا جواهرآلات و اجزای آنها از نقره به صورت سنتی، صنایع دستی مرصع	تهران	۱۰۰۰۰	تهران	-
			۱۰۰۰۰		
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، فیروزه‌کوب	تهران	۲۶۱۰۰	تهران	-
			۲۶۱۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۶۱۰۰		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آثار فلزی		۴۹۳۳۲۹۶		

همان‌طور که در جدول ۳-۲۶ مشخص شده است، آثار فلزی صادر شده گروه محصولات مسی به صورت میناکاری و قلم‌زنی، طلاآلات و زیورآلات جای می‌گیرند. البته در این میان صادرات کارد نیز به صورت محدود صورت پذیرفته است که تنها منطقه صادراتی آن نیز استان اردبیل است.

با توجه به این جدول، طیفی از استان‌های کشور، به صادرات آثار فلزی می‌پردازند که از آن جمله، شهرهای اصفهان، تهران، آذربایجان غربی، فارس و گیلان هستند. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، استان‌های تهران و اصفهان تقریباً در تمامی انواع آثار چوبی فعالیت داشته‌اند. نکته قابل ملاحظه، توجه به محصولاتی از قبیل طلاآلات و نقره‌جات است که به صورت ملبله‌کاری و قلم‌زنی صادر شده است. در این بخش، استان اصفهان فعال‌ترین استان صادراتی به شمار می‌رود. لازم به ذکر است، این گونه کالا متقاضیان بسیاری در کشورهای عربی از قبیل امارات و عراق دارد که در صورت برنامه‌ریزی منسجم، می‌توان بر این کالاها تمرکز بیشتری داشت.

به علاوه، با توجه به جدول ۳-۲۶، در هر یک از انواع محصولات صنایع دستی فلزی، فعال‌ترین منطقه صادراتی مشخص شده است. هر چند در برخی موارد، میزان ارزش دلاری صادرات، رقم قابل توجهی را شامل نمی‌شود. به طور مثال، اصفهان با صادرات حدود ۱ میلیون از اشیای مسی میناکاری شده، بیشترین فعالیت را در این بخش در اختیار داشته است. در بخش مصنوعات مسی قلم‌زنی، نیز استان گیلان به عنوان فعال‌ترین منطقه، حدود ۵۰۰ هزار دلار صادرات داشته است. به طور کلی، صادرات آثار فلزی در دوره زمانی ۵ ساله با توجه به استان‌های صادراتی در نگاره ۳-۳ نشان داده شده است.

همان‌طور که در نمودار ۳-۳ مشخص شده است، به ترتیب استان‌های تهران، اصفهان، گیلان و آذربایجان غربی، مهم‌ترین مناطق صادراتی در حوزه آثار فلزی هستند. به طوری که ارزش دلاری صادرات این اقلام در استان تهران از مرز ۲ میلیون دلار فراتر رفته است. البته، بخش عمده صادرات این استان در حوزه کالاهای فلزی، با توجه به جدول ۳-۲۶ به اقلام ساخته شده برای مصارف منزل (به صورت مس میناکاری و قلم‌زنی شده) اختصاص دارد. پس از آن، استان اصفهان، با حجم صادرات بیشتر از ۱/۵ میلیون دلار، در رتبه دوم اهمیت قرار دارد. بیشتر صادرات این استان به محصولات خانگی ساخته شده از مس میناکاری شده مربوط است. رقم صادراتی دو استان گیلان و آذربایجان غربی در گروه آثار فلزی کمتر از ۵۰۰ هزار دلار است که بخش بزرگی از صادرات این دو استان، اشیای ساخته شده از مس قلم‌زنی است.

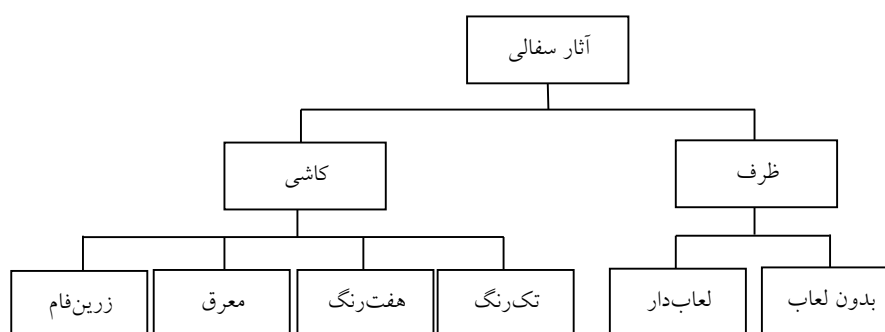


نگاره ۳-۳ حجم صادرات آثار فلزی در استان‌های ایران

در مجموع، با بررسی مناطق صادراتی اصلی این گروه و اقلام مهم صادر شده، می‌توان چنین مطرح کرد که استان‌های صادراتی در بخش مس قلم‌زنی‌شده، شامل تهران، گیلان و آذربایجان غربی؛ و در قسمت مس میناکاری شده، در برگرنده تهران و اصفهان هستند. در سایر استان‌ها نیز میزان صادرات در حد بسیار ناچیزی بوده است.

### ۳-۲ آثار سفالی ایران و استان‌های صادراتی

سفال‌گری را شاید بتوان یکی از قدیمی‌ترین روش‌هایی دانست که بشر توانسته به کمک آن نیازهای خود را تأمین سازد. بر اساس یافته‌های باستان‌شناسان به نظر می‌رسد زادگاه این هنر، سرزمین ایران است و نمونه‌های اولیه بدست آمده متعلق به حدود ده هزار سال پیش است. این هنر در دوره پیش از اسلام همچنان روند تکاملی خود را به آهستگی طی کرد و در دوران اسلامی مورد توجه بیشتری (نسبت به فن فلزکاری) قرار گرفت و در مراکزی از جمله ری و نیشابود به تحولاتی شگرف دست یافت. تقسیمات کلی آثار سفالی در نگاره ۳-۳ نشان داده شده است.



نگاره ۳-۴ تقسیمات کلی آثار سفالی

در سده‌های پنجم و ششم هجری، ظروف لعابی سفیدرنگ، لعب‌دار تکررنگ، ظروف با نقش قالبی، ظروف طلایی یا زرین‌فام و ظروف مینایی ساخته شد. در سده‌های هفتم و هشتم هجری، ساخت نوعی کاشی به نام کاشی معرق آغاز و زینت‌بخش اماکن متبرکه شد. در دوره اسلامی، علاوه بر ساخت انواع ظروف با لعب‌های گوناگون، کاشی‌های مختلفی با نقوش مختلف از جمله درخت، گل، گیاه و جانوران، و انواع خط کوفی رواج یافت.

هم‌چنین ساخت و استفاده از کاشی‌های هفت‌رنگ، معرق و بنایی نیز گسترش یافت که در تزیین بناهای مذهبی و تاریخی به کار گرفته شد. از حدود سده ۱۲ هجری به تدریج از رونق سفال‌گری کاسته شد. امروزه با روش‌های نوین رواج و رونق سفال‌گری در بسیاری از مناطق ایران مشاهده می‌شود (کیان اصل، ۱۳۹۱).

بر اساس داده‌های بدست آمده از گمرک ایران، آثار سفالی بخش مهمی از صادرات در دوره زمانی ۵ ساله را به خود اختصاص داده است. در جدول ۳-۲۷، اطلاعات مربوط به مناطق صادراتی هر یک از محصولات گروه آثار سفالی همراه با ارزش دلاری صادرات آنها ارائه شده است. بر اساس ارزش دلاری صادرات می‌توان فعال‌ترین استان صادراتی کشور در این حوزه را مشخص کرد.

جدول ۳- ۲۷ اطلاعات مناطق صادراتی آثار سفالی ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعالیت‌ترین استان
آثار سفالی	اشیای سرمیز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال بدون لعاب	فارس	۲۵۰۸۰۰	همدان	خراسان رضوی
		بوشهر	۸۴۳۰		
		خوزستان	۹۹۵۴۴		
		مازندران	۴۹۵۰		
		خراسان رضوی	۱۳۶۱		
		تهران	۱۴۱۳۸۱		
		فارس	۲۲۰۳۵		
		همدان	۴۳۴۵۷۸		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۹۶۳۰۷۹		
	اشیای سرمیز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	خوزستان	۵۰۹۵۴	تهران	فارس
		آذربایجان شرقی	۲۲۲۵۴		
		تهران	۳۶۷۰۱۴		
		اصفهان	۷۰۵۴۶		
		فارس	۸۰۰۱		
		همدان	۲۶۰۵۸۵		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۷۷۹۳۵۴		
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	اردبیل	۴۵۰۰	خوزستان	بوشهر
		بوشهر	۲۲۵		
		خوزستان	۹۵۵۳۱۹۹		
		اصفهان	۷۵۳۲۸		
		خراسان رضوی	۷۳۳		
		تهران	۷۱۷۹۲		
		فارس	۲۵۸۵۷۶		
		همدان	۲۳۲۶۹۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۲۲۹۱۲۵۳		
	سایر اشیای از سفال	آذربایجان غربی	۱۷۳۷۰	همدان	یزد
		خوزستان	۱۶۹۰۸		
		کردستان	۴۹۴۵		
		اصفهان	۵۱۲۸۰		
		قم	۱۳۰۹۴		
		ایلام	۲۵۴۹۱		



حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعال‌ترین استان
آثار سفالی	سایر اشیاء از سفال	هرمزگان	۱۳۵۶۵	همدان	یزد
		آذربایجان شرقی	۳۰۷۸		
		خراسان رضوی	۸۹۱۵		
		تهران	۱۱۶۵۶۸		
		یزد	۲۷۰		
		فارس	۳۲۱۴۲۱		
		همدان	۸۹۴۴۹۲۷		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۹۵۳۷۹۲۳		
	کاشی یا سرامیک معرق	چهار محال و بختیاری	۶۷۵۰۰	اصفهان	قم
		ایلام	۵۲۲۰۰		
		آذربایجان شرقی	۲۰۶۴۰		
		قم	۴۶۲۰		
		اصفهان	۱۵۸۴۲۹۱		
		خراسان رضوی	۲۱۰۵۸۰		
		تهران	۴۹۵۸۳		
		فارس	۱۸۷۳۶		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۰۰۸۱۵۰		
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	بوشهر	۳۹۸۷	اصفهان	قزوین
		چهار محال و بختیاری	۱۸۰۰۰		
		ایلام	۵۲۱۶۸		
		قم	۲۱۶۰		
		فارس	۴۸۴۹۳		
		اصفهان	۲۵۰۷۳۲۷		
		خراسان رضوی	۳۴۲۲۰۵		
		خوزستان	۳۵۵۸۹۶		
		آذربایجان غربی	۳۷۹۶		
		قزوین	۲۰۸		
		همدان	۸۱۵۷۷		
		تهران	۲۰۰۰۵۶		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۶۱۵۸۷۳		
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	ایلام	۳۸۲۵	تهران	ایلام
		اصفهان	۵۳۰۹		

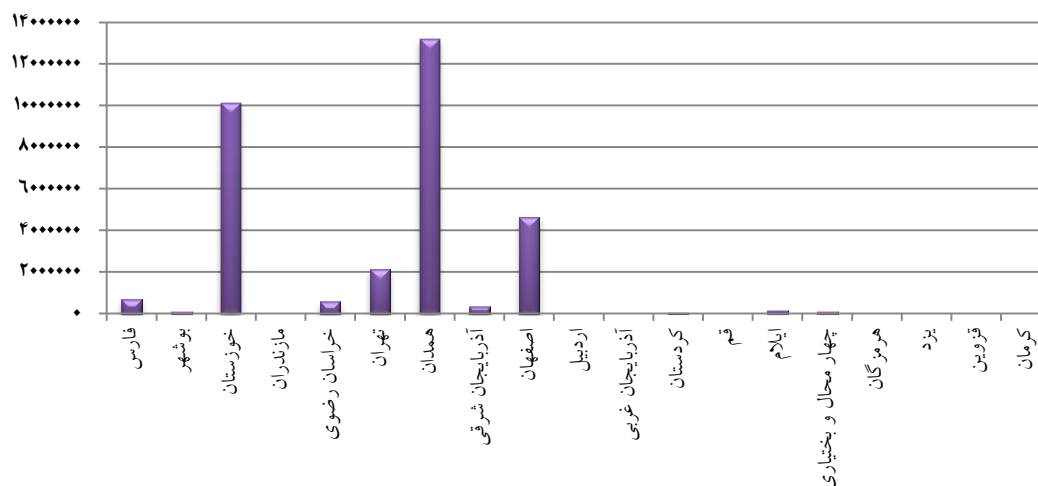
حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعال‌ترین استان
آثار سفالی	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	تهران	۲۶۰۲۷۳	تهران	ایلام
		کردستان	۴۹۹۳		
		همدان	۸۴۱۷		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۸۲۸۱۷		
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب	آذربایجان شرقی	۹۷۰	خوزستان	آذربایجان شرقی
		فارس	۴۵۳۷		
		خوزستان	۲۰۹۷۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۶۴۷۷		
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب‌زده	آذربایجان شرقی	۴۲۶۳۰	همدان	فارس
		اصفهان	۳۱۸۸۵۷		
		تهران	۳۱۸۸۳۶		
		فارس	۱۸۵		
		کردستان	۴۲۸۸		
		همدان	۳۲۸۴۱۰		
		خراسان رضوی	۷۶۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۰۱۳۹۶۶		
	سایر اشیای سرامیک	اصفهان	۱۴۳۴۰	همدان	قم
		بوشهر	۸۴۳۰۰		
		کرمان	۱۰۰۵		
		آذربایجان شرقی	۲۳۴۷۱۶		
		تهران	۶۰۹۳۹۷		
		کردستان	۲۷۵۰۹		
		فارس	۱۴۶۵۲		
		قم	۲۴۴		
		خراسان رضوی	۲۵۸۰		
		همدان	۷۹۵۹۱۳		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۷۸۴۶۵۶		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آثار سفالی		۳۲۳۰۳۵۴۸		

بر اساس داده‌های آماری ثبت شده در جدول ۳-۲۷، عمده‌ترین منطقه صادراتی محصولات سفالی در کشور، مربوط به استان‌های همدان، خوزستان و اصفهان بوده است. به طوری که حجم صادرات این گروه محصولات در این سه استان بیش از نیمی از صادرات کل در گروه آثار سفالی را به خود اختصاص داده است. به علاوه، بررسی مجموع ارزش دلاری هر بخش از

این گروه نشان می‌دهد که عمده ترین بخش صادراتی به کدام استان مربوط است. به طور مثال، در زمینه اشیای سفالی، استان همدان با صادراتی در حدود ۹ میلیون دلار، مهمترین منطقه صادراتی محسوب می‌شود. در بخش مجسمه و اشیای تزئینی سفالی نیز، استان خوزستان با صادرات تقریباً ۹،۵ میلیون دلار مهمترین استان صادراتی به شمار می‌رود.

به علاوه، بررسی مجموع ارزش دلاری هر بخش از این گروه نشان می‌دهد که عمده ترین بخش صادراتی، اشیای سفالی صادراتی استان همدان (بیش از ۵ میلیون دلار) و سپس مجسمه‌ها و اشیای تزئینی سفالی استان خوزستان (بیش از ۵،۵ میلیون دلار) است؛ این در حالی است که سایر موارد صادراتی کمتر از یک میلیون دلار هستند. به طور کلی، صادرات آثار سفالی در دوره زمانی ۵ ساله با توجه به استان‌های صادراتی در نگاره ۳-۵ نشان داده شده است. با توجه به این نگاره، می‌توان به مقایسه فعالیت صادراتی این استان‌ها در گروه آثار سفالی پرداخت. در این گروه کالاها، اقلام صادراتی از قبیل سفال و سرامیک بدون لعاب و لعاب‌زده، مجسمه و اشیای سفالی و سرامیکی، و کاشی یا سرامیک (معرق و نقاشی‌شده) وجود دارند که هر بخش، سهمی از صادرات گروه آثار سفالی در استان‌های مختلف را در بر می‌گیرد.

بر اساس نگاره ۳-۵، بخش عمده صادرات آثار سفالی در ایران به ترتیب به استان‌های همدان، خوزستان، اصفهان، تهران، فارس، خراسان رضوی و آذربایجان شرقی اختصاص دارد. ارزش دلاری صادرات سایر استان‌ها نیز رقم بسیار اندکی را شامل می‌شود که شایان ذکر نیستند.



نگاره ۳-۵ حجم صادرات آثار سفالی در استان‌های ایران

با توجه به نگاره ۳-۵، استان همدان به عنوان مهم ترین منطقه صادراتی در گروه محصولات سفالی از رقم صادراتی بیش از ۱۳ میلیون دلار برخوردار است. اکثر صادرات این استان در این گروه، اشیای سفالی و مجسمه‌ها و اشیای تزئینی از سفال را شامل می‌شود. آنگاه، استان خوزستان با ارزش دلاری صادرات تقریباً معادل ۱۰ میلیون دلار، بیشتر در بخش مجسمه و اشیای تزئینی ساخته شده از سفال فعالیت داشته است. سپس، استان اصفهان، با صادرات محصولات سفالی، که عمدتاً شامل کاشی یا

سرامیک معرق و نقاشی شده هستند، قادر بوده است تقریباً ۴،۵ میلیون دلار دریافتی ارزی داشته باشد. پس از آن، استان تهران با رقم صادراتی حدود ۲،۱ میلیون دلار، تقریباً در همه بخش‌های گروه آثار سفالی فعالیت داشته است.

به علاوه، بر اساس نگاره ۳-۵، در استان‌های دیگر این بخش شامل فارس، خراسان رضوی و آذربایجان شرقی، ارزش دلاری صادرات آثار سفالی کمتر از ۷۰۰ هزار دلار است. عمده صادرات در این گروه در استان فارس شامل اشیای منزل از سفال بدون لعاب و مجسمه‌ها و اشیای تزئینی سفالی، در استان خراسان رضوی در برگیرنده کاشی یا سرامیک معرق و نقاشی شده، و در آذربایجان شرقی در بردارنده اشیای سرامیکی هستند.

### ۳-۳-۳ آبگینه ایران و استان‌های صادراتی

کشف ظرف شیشه‌ای به رنگ زرد صدفی با تزئینی شبیه به خطوط شکسته موج‌دار در یکی از گورستان‌های منطقه تاریخی لرستان و گردنبندی شیشه‌ای با دانه‌های آبی رنگ متعلق به هزاره سوم در مناطق باستانی شمال غرب ایران و دیگر قطعات شیشه‌ای مایل به سبز در کاوش‌های باستانی لرستان، شوش، حسلو، شهر سوخته و آثار متعلق به هزاره‌های دوم و سوم پیش از میلاد، نشانگر قدرت این صنعت ارزنده و هنر اصیل در کشور ماست. هم‌چنین وجود جام‌های بلورین و دکمه‌های ظریف شیشه‌ای دوره هخامنشی که با روش‌های دمیدنی و قالبی در این دوران ساخته شده و به گونه‌ای هنرمندانه تراش داده شده‌اند، همگی حاکی از اعتبار و رونق شیشه‌گری قبل از ظهور اسلام در ایران است. نگاره ۳-۴، رایج‌ترین تزئینات آثار آبگینه را نشان می‌دهد.



نگاره ۳-۶ برخی از رایج‌ترین تزئینات در شیشه‌گری

سده‌های پنجم و ششم هجری، اوج صنعت شیشه‌گری در دوره اسلامی ایران است و هنرمندان توانستند با مددگیری از شیوه‌های جدید و با استفاده از طرح‌ها و قالب‌های گوناگون، ابداعاتی در ظروف نقش برجسته پدید آورند و به کمک روش‌های تزئینی حک و تراش به غنای کار خود پردازند. از همین زمان به بعد، شیوه نقاشی روی شیشه نیز با رنگ‌های متنوع با طرح گل‌های تزئینی، اشکال جانوری و به کارگیری اشعار و آیات قرآنی عامل مکمل در فرآیند تولید متنوع آثار شیشه‌ای ایرانی شد. در دوره صفویه نیز ظروف مختلف شیشه‌ای در مناطق مختلف ایران از جمله شیراز، گرگان و اصفهان و دیگر مناطق تولید و از ارزش خاصی برخوردار شدند. در حال حاضر نیز شیشه دست‌ساز ایران نیز در زمره یکی از اقلام صادراتی صنایع دستی است که با دیگر کشورها قابل رقابت است. معمولاً مواد اصلی شیشه‌گری سنگ سیلیس، سنگ آهک و دیگر مواد افزودنی و کانی‌های فلزی است که باعث تولید انواع شیشه با رنگ‌های متفاوت می‌شود (تسلیمی، ۱۳۹۱).

با استناد به داده‌های گمرک ایران، آبگینه به عنوان گروه محصول مهم در صادرات صنایع دستی به شمار می‌رود. اطلاعات آماری مربوط در جدول ۳-۲۸ نشان داده شده است. این جدول، اطلاعات مناطق صادراتی بر اساس ارزش دلاری اقلام صادراتی هر یک از استان‌ها را مشخص می‌کند.

جدول ۳-۲۸ اطلاعات مناطق صادراتی آبگینه ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعالیت‌ترین استان
آبگینه	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین	آذربایجان غربی	۱۸۱۴۰	تهران	کردستان
		آذربایجان شرقی	۲۹۱۴۵		
		کرمان	۱۷۹۸۸		
		کردستان	۱۱۱۶۲		
		همدان	۲۰۸۰۰		
		تهران	۲۳۶۱۸۶		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۳۳۴۲۱		
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی‌شده، تراش‌خورده	آذربایجان شرقی	۱۵۱۳۲۱	تهران	قم
		آذربایجان غربی	۲۶۳۵۴۸		
		خوزستان	۵۱۰۱۰۹		
		زنجان	۱۱۵۷۱۲		
		آذربایجان شرقی	۸۶۵۹۸		
		خراسان رضوی	۲۲۲۸۲۹		
		تهران	۳۲۳۳۶۴۹		
		مرکزی	۶۱۰۳۶۵		
		مازندران	۹۹۹۲		
		همدان	۱۵۷۰۲		
		قم	۶۶۰		
		اصفهان	۵۶۵۳۵۷		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۷۸۵۸۴۲		
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، بدون تزئین	همدان	۱۶۴۱۹۰	همدان	تهران
		تهران	۱۳۹۶۴۵		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۰۳۸۳۵		
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش‌خورده	قم	۵۸۶۲	خراسان رضوی	فارس
		گلستان	۲۴۸۵۵		
		یزد	۱۰۴۸۲۹۴۴		
		لرستان	۳۵۲۱۷		
		خوزستان	۲۱۹۱۷		

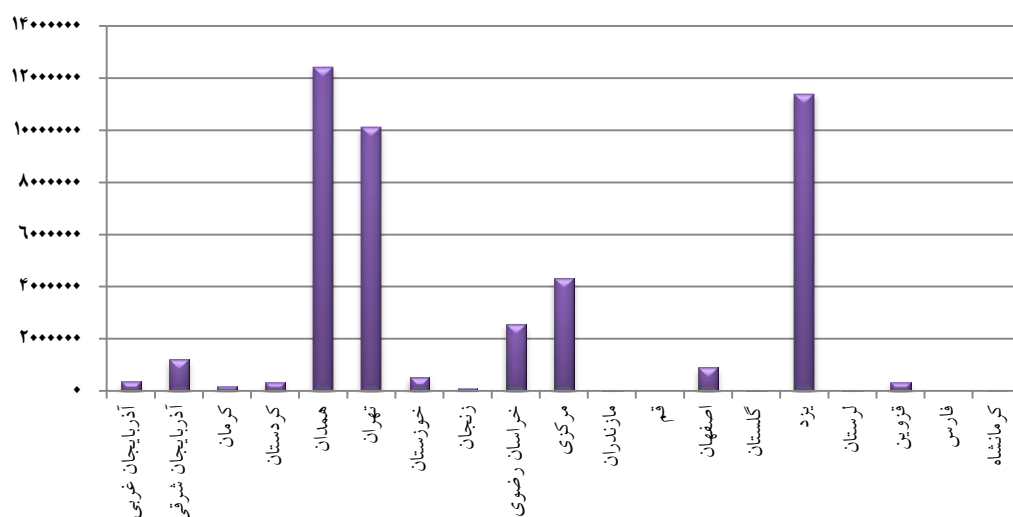
حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعالیت‌ترین استان				
آبگینه	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالی، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش‌خورده	اصفهان	۱۲۰۷۹۳	خراسان رضوی	فارس				
		مرکزی	۱۰۰۴۹۴۰						
		خراسان رضوی	۲۳۵۴۱۷۳						
		قزوین	۲۷۸۵۱۰						
		آذربایجان شرقی	۱۲۴۸۳۲						
		آذربایجان غربی	۸۰۱۱۷						
		کردستان	۵۵۴۱۹						
		فارس	۷۱۴						
		کرمان	۱۷۷۷۲۹						
		تهران	۳۶۱۵۰۹۱						
		همدان	۱۰۴۷۵۹۷۷						
		مجموع ارزش دلاری صادرات				۲۸۸۵۹۰۹۰			
		ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	کردستان			۱۸۲۲۶۴	تهران	قم	
آذربایجان شرقی	۸۰۸۵۹۳								
اصفهان	۱۱۹۹۸۸								
مرکزی	۲۳۸۷۱۲۶								
کرمانشاه	۱۳۲۴۸								
یزد	۹۱۲۹۳۱								
کردستان	۸۹۱۷۳								
همدان	۱۵۶۴۵۹								
قزوین	۶۲۶۷۵								
قم	۵۰۳۷								
تهران	۲۵۷۵۶۲۰								
مجموع ارزش دلاری صادرات			۷۳۱۳۱۱۴						
ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش‌خورده	تهران	۲۴۸۹۰۱	تهران	آذربایجان شرقی					
	آذربایجان غربی	۴۳۹۵							
	اصفهان	۱۰۴۲۷۸							
	مرکزی	۴۹۶۳۴							
	همدان	۸۹۲۱۶							
	آذربایجان شرقی	۹۰							
مجموع ارزش دلاری صادرات			۴۹۶۵۱۴						

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعال‌ترین استان
آبگینه	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه از کریستال سرب‌دار نقاشی شده، تراش خورده	تهران	۱۶۴۴۰	تهران	-
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۶۴۴۰		
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	مرکزی	۱۷۵۵۷۸	مرکزی	آذربایجان شرقی
		آذربایجان شرقی	۴۵۹		
		آذربایجان غربی	۷۵۰		
		مرکزی	۷۲۱۳۲		
		تهران	۳۹۹۲		
		کردستان	۵۲۳		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۵۳۴۳۴		
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	مازندران	۲۲۸۰۰	تهران	اصفهان
		تهران	۵۲۴۷۰		
		اصفهان	۵۹۳		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۷۵۸۶۳		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آبگینه		۴۳۴۳۷۵۵۳		

بر اساس جدول ۳-۲۸، استان‌های همدان، یزد و تهران به عنوان فعال‌ترین استان‌ها در صادرات محصولات آبگینه به حساب می‌آیند. البته استان همدان را می‌توان فعال‌ترین استان در حوزه آبگینه معرفی کرد. در واقع، مناطق فعال در این حوزه، طیف گسترده‌ای از استان‌های شمالی نظیر استان مازندران تا استان‌های جنوبی مانند استان خوزستان را شامل می‌شوند.

به علاوه، بررسی اقلام صادراتی در هر یک از بخش‌های گروه آبگینه در جدول ۳-۲۸ مشخص می‌سازد که کالاهای شیشه‌ای نقاشی شده و تراش خورده اعم از ظروف شیشه‌ای برای منزل و محیط کار و همچنین سایر اشیای شیشه‌ای، نسبت به محصولات بدون تزئین بیشتر مورد توجه و تقاضای خریداران خارجی قرار گرفته است. این امر نشان‌دهنده اهمیت توجه به ارزش افزوده در محصولات صنایع دستی است. در واقع، آنچه بیشتر از سوی خریداران سایر کشورها تقاضا شده است، طرح‌ها، نقوش و کار دست هنرمندان ایرانی است که ارزش صنایع دستی در این حوزه را بیش از پیش ساخته است. عدم برنامه‌ریزی به هنگام جامع در معرفی و ارایه بیشتر آثار صنایع دستی ایران، ممکن است مزیت نسبی این گروه کالاها را که در طی سالیان متمادی به دست آمده است، به فراموشی بسپارد. نگاره ۳-۷، میزان ارزش دلاری صادرات هر یک از استان‌های کشور در گروه آبگینه را نشان می‌دهد. کالاهای موجود در این گروه شامل ظروف و اشیای شیشه‌ای به صورت بدون تزئین و یا نقاشی شده و تراش خورده هستند. البته در این میان، برخی تفاوت‌های ظریف میان این محصولات با یکدیگر ملاحظه می‌شود، هر چند در گروه کلی در کنار هم قرار می‌گیرند.

همان‌طور که در نگاره ۳-۷ ملاحظه می‌شود، تعداد استان‌های فعال کشور در این گروه بیشتر از سایر گروه‌های صنایع دستی است. هرچند از لحاظ ارزش دلاری، میزان کمتری را در بر می‌گیرد. با توجه به این نگاره، به ترتیب استان‌های همدان، یزد، تهران، مرکزی، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی و اصفهان، بیشترین صادرات آبگینه را بر عهده داشته‌اند. در این میان، استان همدان، با رقم صادراتی تقریباً ۱۲/۴ میلیون دلار، مهم‌ترین منطقه صادراتی این گروه محصولات به شمار می‌رود.



نگاره ۳-۷ حجم صادرات آبگینه در استان‌های ایران

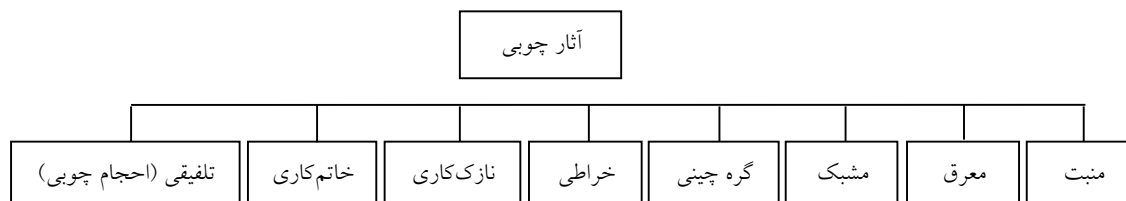
بنابر نگاره ۳-۷، بیشترین صادرات آبگینه در دو استان همدان، یزد و خراسان رضوی در بخش ظروف شیشه‌ای برای محل کار به صورت نقاشی‌شده و تراش‌خورده است. در استان تهران، بخش عمده صادرات در قسمت ظروف شیشه‌ای (مصارف خانگی و محیط کار) به صورت نقاشی‌شده و تراش‌خورده، و ظروف شیشه‌ای برای منزل به صورت بدون تزیین است. استان مرکزی نیز بیشتر در بخش ظروف شیشه‌ای با مصارف خانگی بدون تزیین و ظروف شیشه‌ای برای محل کار به صورت نقاشی‌شده و تراش‌خورده فعالیت داشته است. بیشترین صادرات استان آذربایجان شرقی به ظروف شیشه‌ای برای منزل به صورت بدون تزیین اختصاص دارد. مهم‌ترین بخش صادراتی استان اصفهان در گروه آبگینه نیز به ظروف شیشه‌ای منزل به صورت نقاشی‌شده و تراش‌خورده است. لازم به ذکر است، ارزش دلاری حاصل از صادرات آبگینه در سایر استان‌های کشور تقریباً کمتر از ۵۰۰ هزار دلار است که به دلیل میزان اندک در مقایسه با استان‌های مطرح شده، مورد تحلیل قرار نمی‌گیرند.

### ۳-۴ آثار چوبی ایران و استان‌های صادراتی

آثار چوبی در هنر ایران از اهمیت خاصی برخوردار است، اما به دلیل آسیب‌پذیری چوب، نمونه‌های اندکی در دوران تاریخی به جای مانده است. امروزه این هنر به لحاظ اهمیت و زیبایی خاص خود به روش‌های مختلفی به کار می‌رود که می‌توان به خراطی، منبت‌کاری، مشبک‌کاری، گره چینی، معرق‌کاری، نازک‌کاری، خاتم‌کاری و احجام چوبی و غیره اشاره دارد. نگاره ۳-۵ به برخی از رایج‌ترین انواع این آثار اشاره می‌کند.



از مهم‌ترین روش‌های هنر چوب، روش منبت‌کاری است که در آن گاهی تنها خطوط طرح‌ها، نقوش، و گاهی زمینه را با ابزاری خاص (مغار) می‌تراشند و به شکل نیم‌برجسته، برجسته و تمام‌برجسته ساخته و پرداخته می‌شود. بر اساس منابع موجود منبت‌کاری، قدمتی بیش از ۱۵۰۰ سال دارد. این هنر در دوره صفویه در سده یازدهم به اوج و شکوفایی می‌رسد و در درهای مساجد متعددی به کار می‌رود. از دیگر روش‌های هنر چوب، گره چینی است که با برش زهوارها و قطعات مختلف چوبی و درگیر کردن آنها مطابق طرح‌های سنتی و هندسی، نقوش یکپارچه مشبکی پدید می‌آید. گره چینی بر اساس نوع طرح و اجرا به انواع گوناگون توخالی، مشبک و توپر تقسیم می‌شوند. شیوه دیگر هنر چوب، معرق کاری است که با بریدن و کار هم چسباندن قطعات چوب و دیگر مواد (فلز و صدف) برای ایجاد پوشش تزینی بر اساس طرح‌ها و نقوش متنوع ایجاد می‌شود. هنر خاتم‌کاری نیز با آراستن سطح اشیای چوبی به صورتی شبیه به موزاییک با مثلث‌های کوچک سه پهلوی، یا دو پهلوی با چوب، استخوان یا فلز ساخته می‌شود. قدیمی‌ترین نمونه خاتم‌سازی به دست آمده متعلق به دوره صفویه است (ذریه زهرا، ۱۳۹۱).



نگاره ۳-۸ برخی از رایج‌ترین انواع آثار هنری چوبی

همان‌طور که مطرح شد، آثار چوبی از جایگاه ویژه‌ای در میان محصولات صنایع دستی ایران برخوردار است. به طوری که بر اساس داده‌های گمرک ایران، آثار چوبی بخش خاصی از صادرات صنایع دستی در دوره ۵ ساله را در بر می‌گیرد. جدول ۳-۲۹، اطلاعات مناطق صادراتی آثار چوبی همراه با ارزش دلاری صادرات هر بخش از محصولات این گروه را نشان می‌دهد که بر اساس آنها، فعال‌ترین و کم‌فعالیت‌ترین استان صادراتی مشخص شده است.

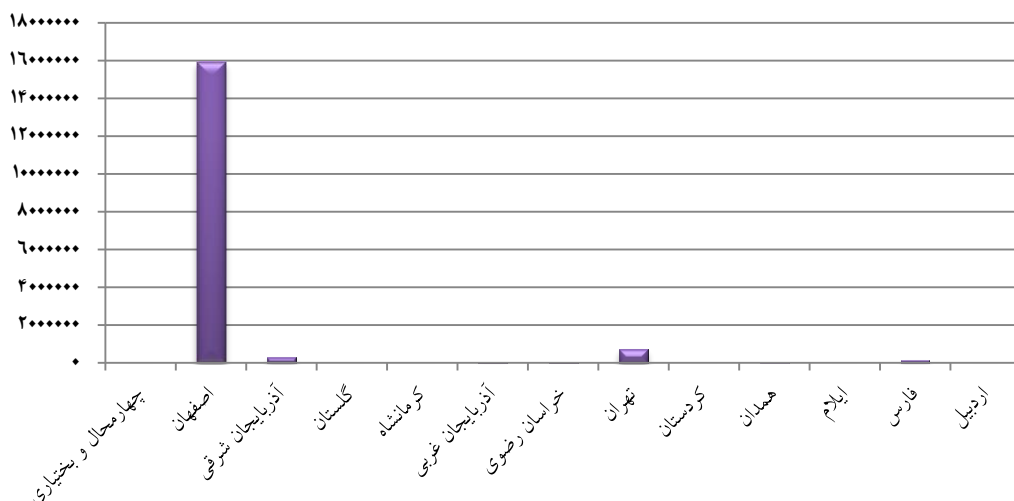
جدول ۳-۲۹ اطلاعات مناطق صادراتی آثار چوبی ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعالیت‌ترین استان
آثار چوبی	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	چهارمحال و بختیاری	۳۷۸	تهران	چهارمحال و بختیاری
		اصفهان	۱۸۵۸۶۶		
		آذربایجان شرقی	۱۳۴۹۹۸		
		گلستان	۱۰۰۱۰		
		کرمانشاه	۱۱۵۲		
		آذربایجان شرقی	۱۲۷۹۸۴		
		آذربایجان غربی	۳۶۳۰۳		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعال‌ترین استان
آثار چوبی	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	خراسان رضوی	۳۱۲۰۰	تهران	چهارمحال و بختیاری
		تهران	۲۸۴۱۲۸		
		کردستان	۳۴۶۱		
		تهران	۹۰۰۹۲		
		همدان	۹۵۶۳		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۹۱۵۱۳۵		
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	اصفهان	۱۲۷۷۸۷۲۸	اصفهان	آذربایجان شرقی
		آذربایجان شرقی	۲۰۰		
		ایلام	۵۵۰۸		
		خراسان رضوی	۷۵۸۲		
		تهران	۱۶۴۳۵۱		
		فارس	۱۱۳۴۲۷		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۳۰۶۹۷۹۶		
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	ایلام	۵۰۲۳	تهران	اصفهان
		اصفهان	۲۳۹۴		
		تهران	۱۲۶۶۳		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۰۰۸۰		
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	کردستان	۱۱۱۴۷	آذربایجان شرقی	اصفهان
		آذربایجان شرقی	۱۱۶۲۰		
		اصفهان	۴۲۰		
		تهران	۱۱۳۷۰		
		کرمانشاه	۳۶۴۸		
		آذربایجان غربی	۸۸۷۹		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۴۷۰۸۴		
	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	چهارمحال و بختیاری	۳۰۰۰	چهارمحال و بختیاری	خراسان رضوی
		اصفهان	۵۴۴		
		خراسان رضوی	۴۴۳		
		تهران	۲۲۷۲		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۶۲۵۹		
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	اردبیل	۳۸۶۰	اصفهان	بوشهر
		اصفهان	۲۹۴۸۰۳۸		
		بوشهر	۲۳۰۵		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان صادراتی	ارزش دلاری	فعال ترین استان	کم فعالیت ترین استان
آثار چوبی	مجسمه های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	تهران	۱۳۹۵۴۹	اصفهان	بوشهر
		فارس	۲۹۵۱۰		
		همدان	۲۱۶۹۲		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۱۴۴۹۵۴		
	مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی معرق و مشبک، منبت، نازک کاری، نقاشی روی چوب خاتم برای سرویس میز یا آشپزخانه	تهران	۵۴۵۰	تهران	-
مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۴۵۰			
مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آثار چوبی			۱۷۲۰۸۷۵۸		

بر اساس جدول ۳-۲۹، عمده صادرات ۵ سال اخیر در گروه آثار چوبی، چوب خاتم‌کاری و منبت‌کاری شده بوده است (بیش از ۱۳ میلیون دلار) که در این بخش، اصفهان به عنوان مهم‌ترین منطقه صادراتی است که حدود ۹۸ درصد از صادرات این بخش را به خود اختصاص می‌دهد. به علاوه، استان‌های تهران، چهارمحال و بختیاری و آذربایجان شرقی از جمله استان‌هایی هستند که در سایر بخش‌های این گروه محصول، فعالیت صادراتی بیشتری داشته‌اند. هم‌چنین، با نگاهی اجمالی به استان‌های فعال در این حوزه می‌توان چنین مطرح کرد که طیف وسیعی از استان‌های کشور در دوره زمانی ۸۹-۹۳، به صادرات آثار چوبی مشغول بوده‌اند که از آن جمله استان‌های فارس، همدان، کردستان اردبیل و ... را می‌توان نام برد. نگراره ۳-۹ به طور آشکار، صادرات صورت پذیرفته در هر یک از استان‌های فعال در این گروه را نشان می‌دهد.



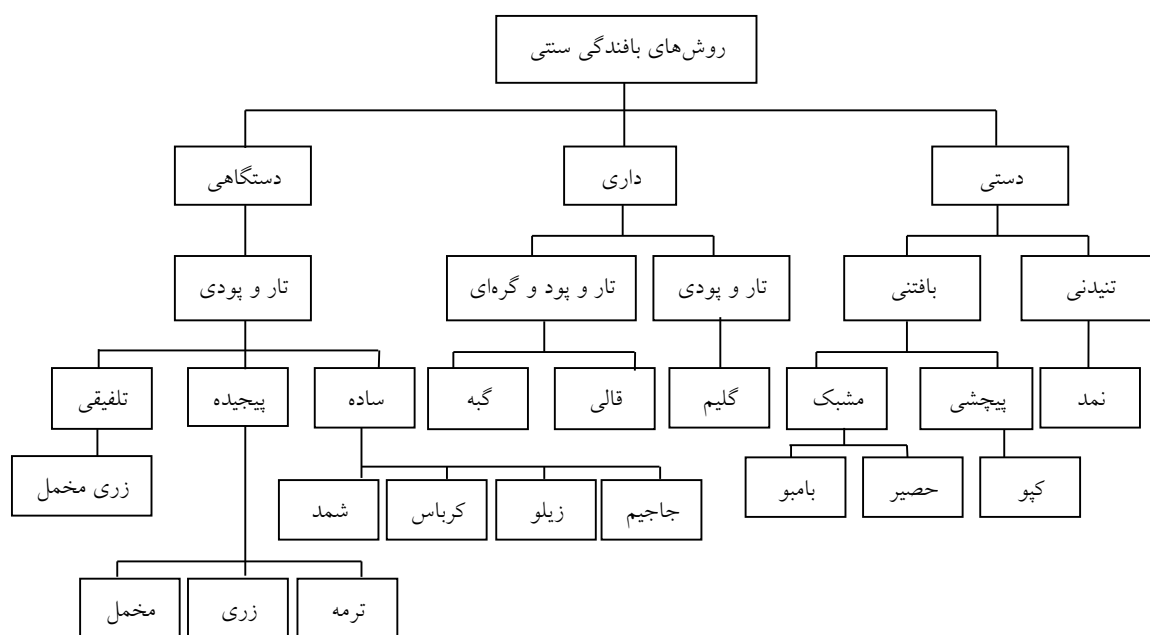
نگاره ۳-۹ حجم صادرات آثار چوبی در استان‌های ایران

با توجه به نگاره ۳-۹، بخش عمده صادرات (نزدیک به ۱۶ میلیون دلار) در این گروه به استان اصفهان اختصاص دارد. پس از آن، استان تهران با رقم صادراتی تقریباً ۷۰۰ هزار دلار در رتبه دوم قرار دارد. ارزش دلاری حاصل از صادرات آثار چوبی از سایر استان‌های کشور در مقایسه با این دو استان، به خصوص استان اصفهان، بسیار اندک است.

بنابر جدول ۳-۲۹، بخش بزرگی از صادرات استان اصفهان در این گروه به چوب خاتم‌کاری و منبت‌کاری شده مربوط است. البته صادرات مجسمه و اشیای تزئینی نیز رقم قابل توجهی را شامل می‌شود. در استان تهران، علاوه بر این دو بخش، مبل‌های صنایع دستی نیز فروش نسبتاً خوبی داشته‌اند.

### ۳-۳-۵ دست‌بافت‌های سنتی و استان‌های صادراتی

محصول نهایی بافندگی سنتی، شی به هم پیوسته‌ای است که بر حسب هدف تهیه، شکل ظاهری، روش تولید و مواد و مصالح انواع مختلفی دارد. از جمله آثار بافندگی انواع پارچه‌ها (مخمل، زری، ترمه، کرباس، جاجیم و ...)، انواع فرش (قالی، گبه، گلیم، زیلو و نمد) و انواع حصیر را می‌توان نام برد. نگاره ۳-۶، انواع روش‌های بافندگی سنتی را نشان می‌دهد.



نگاره ۳-۱۰ روش‌های بافندگی سنتی

به طور کلی، آثار هنری بافت و نساجی، دست‌بافت‌های سنتی و منسوجات سنتی همگی اصطلاحاتی هستند که در معنی گاهی مترادف یکدیگر به کار می‌روند (نیکویی، ۱۳۹۱).

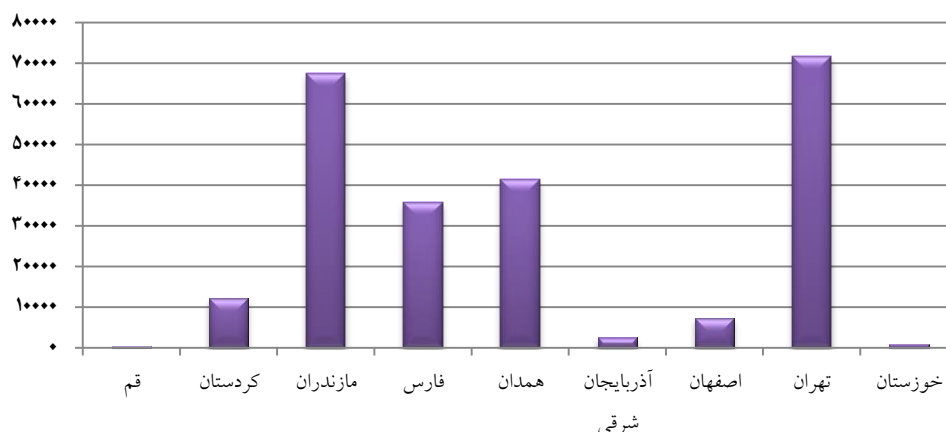
جدول ۴-۳۰ به طور آشکار، محصولات صادراتی و اطلاعات مربوط به آن، به خصوص ارزش دلاری صادرات استان‌های مختلف، در حوزه دست‌بافت‌های سنتی را نشان می‌دهد.

جدول ۳-۳۰ اطلاعات صادراتی دست‌بافت‌های سنتی ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	استان‌های صادراتی	ارزش دلاری	فعال‌ترین استان	کم‌فعالیت‌ترین استان
دست‌بافت‌های سنتی	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	قم	۴۲۵	تهران	قم
		کردستان	۱۲۲۰۸		
		مازندران	۶۷۵۰۰		
		فارس	۳۵۷۱۲		
		همدان	۱۴۴۷۰		
		آذربایجان شرقی	۲۵۲۰		
		اصفهان	۷۳۳۱		
		همدان	۱۲۱۷۵		
		تهران	۷۱۷۳۸		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۲۴۰۷۹		
	صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده	خوزستان	۸۰۰	همدان	خوزستان
		همدان	۱۴۸۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۵۶۰۰		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه دست‌بافت‌های سنتی		۲۳۹۶۷۹		

بر اساس جدول ۳-۳۰ می‌توان چنین مطرح کرد که میزان فعالیت صادراتی استان‌های کشور در این گروه از صنایع دستی بسیار محدود بوده است. به طوری‌که در بخش حصیربافی، استان تهران با حدود ۷۰ هزار دلار مهم‌ترین منطقه صادراتی به حساب می‌آید. در بخش کپوبافی نیز، استان همدان با صادرات تقریباً ۱۵ هزار دلار، فعال‌ترین منطقه صادراتی به شمار می‌رود. میزان ارز دریافتی از محل صادرات دست‌بافت‌های سنتی نیز در مجموع تقریباً معادل ۲۰۰ هزار دلار است که در مقایسه با سایر گروه‌های صنایع دستی، دارای موقعیت پایین‌تری است. نگراره ۶-۷ میزان صادرات هر یک از استان‌های کشور در گروه دست‌بافت‌های سنتی را نشان می‌دهد.

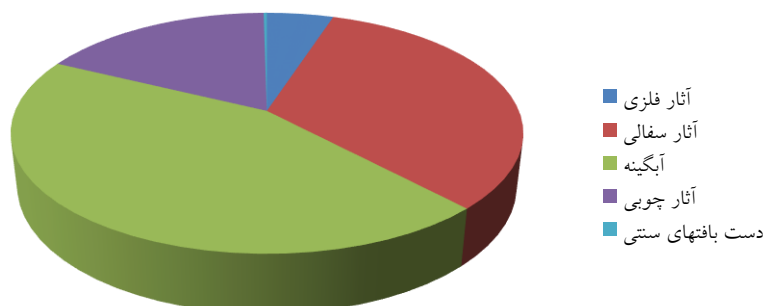
بنابر نگراره ۶-۷، به ترتیب استان‌های تهران، مازندران، همدان، فارس، کردستان، اصفهان و آذربایجان شرقی، بیشترین حجم صادرات این گروه محصولات را به خود اختصاص داده‌اند. البته، ارزش دلاری دریافتی از محل صادرات این محصولات چندان قابل توجه نیست. به طوری‌که در استان تهران، رقم صادراتی تقریباً ۷۰ هزار دلار بوده است. به طور کلی، همه استان‌های مذکور در بخش مصنوعات سبد و حصیربافی فعال بوده‌اند. در این میان، استان همدان در بخش کپوبافی نیز فعالیت نسبتاً خوبی داشته است. لازم به ذکر است، ارزش دلاری صادرات در خوزستان و قم بسیار ناچیز است و از مرز ۸۰۰ دلار فراتر نمی‌رود.



نگاره ۳-۱۱ حجم صادرات دست‌بافت‌های سنتی در استان‌های ایران

همان‌طور که در نگاره ۳-۱۱ ملاحظه می‌شود، صادرات دست‌بافت‌های سنتی، نسبت به سایر گروه‌ها، ارزش دلاری بسیار ناچیزی (تقریباً صفر) را به خود اختصاص می‌دهد. هر چند، تعداد استان‌های فعال در این حوزه نسبتاً قابل ملاحظه است.

بنابراین، گروه‌های محصولات صنایع دستی که در ۵ سال اخیر از سوی استان‌های مختلف ایران به کشورهای دیگر صادر شده است، شامل آثار فلزی، آثار سفالی، آبگینه، آثار چوبی و دست‌بافت‌های سنتی است. نگاره ۳-۱۲، سهم هر یک از این گروه محصولات را در کل صادرات ۸۹-۹۳ نشان می‌دهد.



نگاره ۳-۱۲ مقایسه حجم صادرات گروه‌های مختلف صنایع دستی در استان‌های مختلف ایران در دوره زمانی ۸۹-۹۳

همان‌طور که در این نگاره مشاهده می‌شود، بیشترین سهم از این نمودار دایره‌ای، مختص آبگینه (حدود ۴۴٪) است، آنگاه محصولات سفالی (۳۳٪)، بخش عمده صادرات محصولات صنایع دستی را در بر می‌گیرند. سپس آثار چوبی (۱۸٪) و آثار فلزی (۵٪)، بخش‌های صادراتی کالاهای صنایع دستی در استان‌های مختلف کشور را تشکیل می‌دهند. درصد صادراتی آثار دست‌بافت‌های سنتی نیز بسیار کم است (نزدیک به صفر). به طوری که در مقایسه با سایر گروه‌ها، درصد صادرات بسیار ناچیز است. در واقع، آثار سفالی و چوبی حدود ۷۷٪ از کل صادرات دوره زمانی ۵ ساله را شامل می‌شوند.

البته نمی‌توان بر اساس اطلاعات صادراتی محصولات حوزه صنایع دستی در استان‌های مختلف، مقبولیت صرف این محصولات از دیدگاه خریداران خارجی را استنباط کرد. هر چند می‌توان در مورد محصولات صادراتی به تقاضا و توجه خاص این گروه خریداران اشاره کرد. به عبارت دیگر، عدم شمول برخی گروه آثار صنایع دستی و یا صادرات محدود در برخی گروه‌ها نشان از ضعف این گونه محصولات نیست. در واقع، همه گروه‌های مطرح شده در فصل اول، از گروه‌های شاخص و اصلی حوزه صنایع دستی هستند که به دلیل وجود ضعف در سایر بخش‌ها، در بخش صادرات به درخشانی مورد انتظار نرسیده‌اند. به طور مثال، عدم تبلیغات و بازاریابی مناسب کالاهای صنایع دستی هم از نگاه معرفی و هم ترغیب به خرید این محصولات، مشکلاتی را در فروش این محصولات به خریداران خارجی ایجاد کرده است. به علاوه، نبود همخوانی مورد نیاز با سلیقه عام منجر شده است که گروه محصولات مختلف دارای تنوع محدودی نسبت به محصولات صنایع دستی سایر کشورها به خصوص کالاهای چینی شوند. صنعتگرانی هم که دست به تنوع می‌زنند، به طور کامل از نقش‌های ماندگار و پرتعداد ایرانی فاصله می‌گیرند. به نظر می‌رسد رعایت تعادل و توازن مناسب میان به روز رسانی طرح‌ها و نقوش، و از طرف دیگر حفظ اصالت ایرانی می‌تواند هم زمینه معرفی فرهنگ و هنر ایرانی را در سراسر جهان فراهم سازد و هم منافع مالی و اقتصادی بسیاری را عاید فعالان این حوزه و به خصوص اقتصاد کشور کنند.

### جمع‌بندی فصل سوم

به منظور بررسی مناطق صادراتی و تحلیل گروه‌های شاخص صنایع دستی در این مناطق، داده‌های آماری برگرفته از سایت گمرک ایران و اتاق بازرگانی تهران در ۵ سال اخیر مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. البته در این میان، تلاش شده است تا برخی داده‌های فاقد منطقه صادراتی حذف شوند (تعداد این داده‌ها بسیار اندک بوده است). هدف از طرح این بحث، مشخص کردن استان‌های صادراتی و تعیین میزان اهمیت صادراتی گروه‌های مختلف صنایع دستی است، به طوری که مشخص شود عمده‌ترین صادرات در اختیار کدام استان کشور بوده است. هم‌چنین، شناسایی مهم‌ترین گروه‌های صنایع دستی از لحاظ ارزش دلاری صادرات از مراکز توجه این فصل بوده است.

در بخش اول، ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی به تفکیک استان‌های مختلف ارایه شده است. با توجه به اطلاعات حاصل از این داده‌های آماری، استان همدان با در اختیار داشتن سهم ۲۵ درصد از صادرات کشور، مهم‌ترین منطقه صادراتی ایران در حوزه صنایع دستی محسوب می‌شود. پس از آن، استان اصفهان با ۲۴ درصد از صادرات کل، رتبه دوم را از لحاظ ارزش دلاری صادرات داراست. استان‌های تهران، یزد و خوزستان به ترتیب اهمیت، سایر مناطق صادراتی کشور به شمار می‌آیند. میزان صادرات دیگر استان‌ها از جمله فارس، قم، قزوین، آذربایجان شرقی و ... کمتر از ۵ درصد بوده است. در واقع، نیمی از صادرات کشور از استان‌های همدان و اصفهان صورت پذیرفته است. در ادامه این بخش، صنایع دستی استان‌های همدان، اصفهان، تهران، یزد و خوزستان، به عنوان اهم مناطق صادراتی کشور، معرفی شده است.

در بخش دوم، تقسیم‌بندی داده‌های صادرات بر اساس گروه‌های اصلی حوزه صنایع دستی صورت پذیرفته است. بر اساس اقلام صادراتی، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که صادرات انجام شده تحت گروه‌های آثار فلزی، آثار سفالی، آبگینه، آثار چوبی و دست بافت‌های سنتی قرار می‌گیرد. در گروه آثار فلزی، محصولات صادر شده شامل محصولات مسی به صورت میناکاری و قلم‌زنی، طلاآلات و زیورآلات هستند. البته در این میان صادرات کارد نیز به صورت محدود صورت پذیرفته است که تنها منطقه صادراتی آن نیز استان اردبیل است. استان‌های تهران و اصفهان تقریباً در تمامی انواع آثار چوبی فعالیت داشته‌اند. نکته قابل‌ملاحظه، توجه به محصولاتی از قبیل طلاآلات و نقره‌جات است که به صورت ملایه‌کاری و قلم‌زنی صادر شده است. در این بخش، استان اصفهان فعال‌ترین استان صادراتی به شمار می‌رود. لازم به ذکر است، این گونه کالا متقاضیان بسیاری در کشورهای عربی از قبیل امارات و عراق دارد که در صورت برنامه‌ریزی منسجم، می‌توان بر این کالاها تمرکز بیشتری داشت.

در گروه آثار سفالی نیز، عمده‌ترین منطقه صادراتی مربوط به استان‌های همدان، خوزستان و اصفهان بوده است. به طوری که حجم صادرات این گروه محصولات در این سه استان بیش از نیمی از صادرات کل در گروه آثار سفالی را به خود اختصاص داده است. به علاوه، بررسی مجموع ارزش دلاری هر بخش از این گروه نشان می‌دهد که عمده‌ترین بخش صادراتی، اشیای سفالی صادراتی استان همدان و سپس مجسمه‌ها و اشیای تزئینی سفالی استان خوزستان است.

استان‌های خراسان رضوی، تهران و همدان به عنوان فعال‌ترین استان‌ها در صادرات محصولات آبگینه به حساب می‌آیند. البته استان خراسان رضوی را می‌توان فعال‌ترین استان در حوزه آبگینه معرفی کرد. در واقع، مناطق فعال در این حوزه، طیف گسترده‌ای از استان‌های شمالی نظیر استان مازندران تا استان‌های جنوبی مانند استان خوزستان را شامل می‌شوند. به علاوه، کالاهای شیشه‌ای نقاشی‌شده و تراش‌خورده اعم از ظروف شیشه‌ای برای منزل و محیط کار و همچنین سایر اشیای شیشه‌ای، نسبت به محصولات بدون تزئین بیشتر مورد توجه و تقاضای خریداران خارجی قرار گرفته است. این امر نشان‌دهنده اهمیت توجه به ارزش افزوده در محصولات صنایع دستی است. در واقع، آنچه بیشتر از سوی خریداران سایر کشورها تقاضا شده است، طرح‌ها، نقوش و کار دست هنرمندان ایرانی است که ارزش صنایع دستی در این حوزه را بیش از پیش ساخته است.

عمده صادرات ۵ سال اخیر در گروه آثار چوبی، چوب خاتم‌کاری و منبت‌کاری شده بوده است که در این بخش، اصفهان به عنوان مهم‌ترین منطقه صادراتی است که حدود ۹۸ درصد از صادرات این بخش را به خود اختصاص می‌دهد. به علاوه، استان‌های تهران، چهارمحال و بختیاری و آذربایجان شرقی از جمله استان‌هایی هستند که در سایر بخش‌های این گروه محصول، فعالیت صادراتی بیشتری داشته‌اند.

میزان فعالیت صادراتی استان‌های کشور در گروه دست‌بافت‌های سنتی بسیار محدود بوده است. به طوری که در بخش حصیربافی، استان تهران با حدود ۷۰ هزار دلار مهم‌ترین منطقه صادراتی به حساب می‌آید. در بخش کپوبافی نیز، استان همدان با صادرات تقریباً ۱۵ هزار دلار، فعال‌ترین منطقه صادراتی به شمار می‌رود. به طور کلی، میزان ارز دریافتی از محل صادرات دست‌بافت‌های سنتی در مقایسه با سایر گروه‌های صنایع دستی، دارای میزان کمتری است.



در بخش نهایی، بررسی کلی گروه‌های صنایع دستی از حیث بیشترین ارزش دلاری صادرات نشان می‌دهد که بیشترین سهم مختص آبگینه (حدود ۴۴٪) است، آنگاه محصولات سفالی (۳۳٪)، بخش عمده صادرات محصولات صنایع دستی را در بر می‌گیرند. سپس آثار چوبی (۱۸٪) و آثار فلزی (۵٪)، بخش‌های صادراتی کالاهای صنایع دستی در استان‌های مختلف کشور را تشکیل می‌دهند. درصد صادراتی آثار دست‌بافت‌های سنتی نیز بسیار کم است (تقریباً صفر). به طوری‌که در مقایسه با سایر گروه‌ها، درصد صادرات بسیار ناچیز است. در واقع، آثار سفالی و آبگینه حدود ۷۷٪ از کل صادرات دوره زمانی ۵ ساله را شامل می‌شوند.



## فصل چهارم

## مقدمه

بسیاری از کشورهای توسعه یافته در مراحل اولیه فرآیند توسعه اقتصادی، به راهبرد مزیت نسبی در معاملات تجاری خود توجه وافری داشته‌اند. این راهبرد که خود حالت تکوین یافته نظریه مزیت مطلق به شمار می‌رود، در عصر حاضر دیگر توجیه پذیر نیست. حتی نگرش مزیت نسبی پویا در شرایط کنونی بازار جهانی مورد توجه قرار نمی‌گیرد. به طور کلی، دیدگاه غالب عصر کنونی در الگوهای تجاری کشورها، نظریه مزیت رقابتی و بحث رقابت پذیری در سطح داخلی و در صحنه بین‌المللی است (جانی، ۱۳۹۰). پورتر (۱۹۹۰) بر این اعتقاد است که یک کشور با توجه به ویژگی‌های خاص خود می‌تواند محیطی را فراهم کند که خلق مزیت رقابتی توسط بنگاه‌های داخلی را تشویق کند. در واقع در نظریه مزیت رقابتی، علاوه بر ویژگی‌های بنگاه به شرایط محیطی توجه می‌شود که بنگاه در آن فعالیت می‌کند.

در این میان، بخش هنرهای صناعی با قابلیت بالایی که در بخش تولید در اختیار دارد، می‌تواند شرایط مناسبی را در رقابت پذیری بازرگانی ایفا کند. با وجود تمامی مزایای رقابتی برخاسته از این حوزه، در زمینه صنایع دستی، چه در سطح داخلی و چه بازار بین‌المللی، فعالیت خاصی در مقایسه با داشته‌ها و توانایی‌های فعالان این حوزه صورت نپذیرفته است. به طوری که با مقایسه وضعیت صادرات و واردات ایران در این گروه کالاها می‌توان به طور آشکار به ضعف تلاش‌های بازرگانی و اقتصادی در این حوزه پی برد.

یکی از مشکلات موجود در حوزه صنایع دستی، عدم دسترسی به اطلاعات رسمی و منسجم در زمینه فروش داخلی و بین‌المللی است. به عبارت دیگر، سیستم و پایگاه اطلاع رسانی دقیقی در این حوزه وجود ندارد تا بدان طریق بتوان برنامه ریزی مناسبی انجام داد. علاوه بر این، بخشی از تعاملات بازرگانی (صادرات و واردات) در زمینه هنرهای صناعی به صورت غیررسمی و به اصطلاح تجارت چمدانی صورت می‌گیرد. به طوری که می‌توان چنین مطرح کرد که حجم این مبادلات با آمار رسمی تا حدودی برابری می‌کند. صرف نظر از آمار غیرقانونی و ورود قاچاق کالاهای صنایع دستی، آمار و اطلاعاتی از طریق برخی پایگاه‌های اطلاعاتی ارایه می‌شود. در این بخش، با علم به موارد مطرح شده، مراودات بازرگانی کشور ایران با تفکیک موقعیت جغرافیایی طی ۵ سال گذشته<sup>۱</sup> مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است، تمامی آمار و ارقام مورد استفاده در این بخش از سایت اتاق بازرگانی تهران<sup>۲</sup> استخراج شده است. در زمینه اقلام معاملاتی نیز، مواردی از ثبت‌های گمرک مورد نظر قرار گرفته است که در آنها دقیقاً به نام صنایع دستی اشاره شده است تا تردیدی در زمینه انتخاب اقلام مربوط وجود نداشته باشد.

۱. لازم به ذکر است در بررسی اطلاعات آماری سال ۱۳۹۳، ۳ ماهه اول سال در نظر گرفته شده است.

۲. برای دریافت اطلاعات بیشتر، به سایت اتاق بازرگانی تهران، <http://www.tccim.ir> مراجعه شود.

#### ۱-۴ تحلیل مراودات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای آسیایی و اقیانوسیه

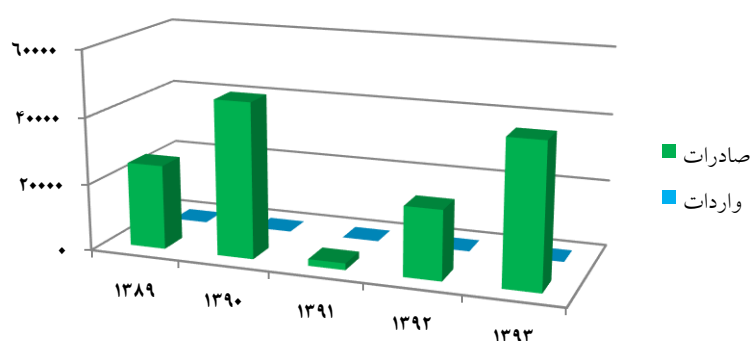
##### ۱-۴-۱ بازار هدف صادراتی کشور آذربایجان

جمهوری آذربایجان، کشوری در منطقه جغرافیایی قفقاز و در گذرگاه اروپا و آسیای جنوب غربی است که از صنایع دستی ارزشمندی برخوردار است. به‌خصوص شهر لاهیج، در زمینه صنایع دستی خود (به ویژه مسگری) دارای شهرت بالایی در این کشور است. جدول ۱-۴ مراودات بازرگانی کشور ایران و جمهوری آذربایجان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور آذربایجان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات	کاشی یا سرامیک معرق ۴۲۷۰۰
	مجموع	۴۲۷۰۰
۱۳۹۲	صادرات	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال لعاب‌زده ۱۹۵۷۸
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۱۱۰۴
	مجموع	۲۰۶۸۲
۱۳۹۱	صادرات	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین ۱۴۰۲
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۶۰۰
	مجموع	۲۰۰۲
۱۳۹۰	صادرات	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی‌شده، تراش‌خورده ۴۱۵۸۰
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۲۵۹۳
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش‌خورده ۱۱۲۵
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی ۱۲۰۰
	مجموع	۴۶۴۹۸
۱۳۸۹	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش‌خورده ۲۲۲۶۵
		سایر اشیای سرامیک ۱۵۰۰
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۱۴۴۰
		ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی‌شده، تراش‌خورده ۹۰
	مجموع	۲۵۲۹۵

با توجه به جدول ۴-۱ مشخص می‌شود که ارتباط بازرگانی دو کشور ایران و آذربایجان به صورت صادرات محصولات صنایع دستی ایران است. ارزش دلاری صادرات این کالاها به کشور آذربایجان در طی ۵ سال گذشته فراز و نشیب قابل توجهی داشته است. به طوری که در سال ۹۱ میزان این صادرات با کاهش قابل ملاحظه‌ای مواجه بوده است و مجدداً در سال ۹۲ روند صعودی خود را ادامه داده است. به علاوه، در سه ماهه نخست سال ۹۳ حجم صادرات معادل کل صادرات سال ۹۲ است. نگاره ۴-۱ به نحوی آشکار این روند نزولی و صعودی را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور آذربایجان

به علاوه، با بررسی اقلام صادراتی به جمهوری آذربایجان در جدول ۴-۱ می‌توان چنین مطرح کرد که محصولات صادراتی طیف وسیعی از کالاهای سرامیکی، سفالی، چوبی، شیشه‌ای، و حصیری را شامل می‌شود. البته در این میان، مبلمان چوبی صنایع دستی و ظروف شیشه‌ای بیشتر مورد توجه و تقاضای خریداران جمهوری آذربایجان قرار گرفته است. هم‌چنین با توجه به این جدول مشخص می‌شود که صادرات محصولات سرامیکی در سه ماهه نخست سال ۹۳ در مقایسه با سال‌های گذشته مقدار قابل توجهی را به خود اختصاص داده است.

#### ۴-۲ بازار هدف صادراتی کشور اردن

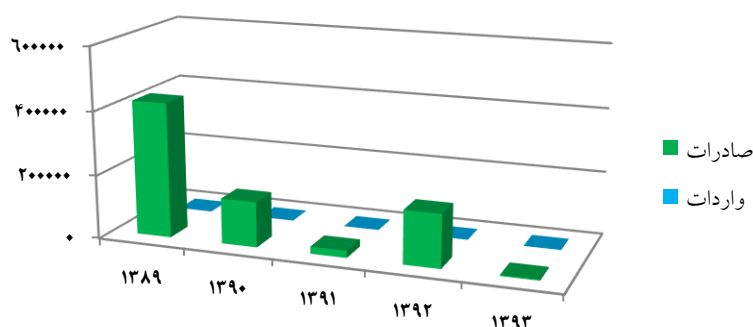
توجه به حوزه صنایع دستی در کشور اردن تا حدی است که از آن به عنوان محصول گردشگری یاد می‌کنند. این امر به خصوص در زمینه امکان‌سنجی شغلی برای زنان در این کشور اهمیت خاصی دارد. جدول ۴-۲ تعاملات بازرگانی کشور ایران و اردن را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اردن در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۶۰۰
	مجموع	۳۶۰۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۱۲۰۸۱۲
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۸۰۳۳
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۲۷۵۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۵۰۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۰۸۰
	مجموع	۱۶۷۶۷۵
۱۳۹۱	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۱۳۷۷
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزاء و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۲۰۸
	مجموع	۲۲۵۸۵
۱۳۹۰	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۸۸۸۰۹
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۲۵۷۴۰
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	۲۰۹۰۰
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۵۷۶۰
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۱۴۵۰
	مجموع	۱۴۲۶۵۹
۱۳۸۹	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۳۵۵۵۰۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۵۰۱۵۱
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	۱۱۷۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۳۳۰۰
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۱۵۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۹۰۰
	مجموع	۴۲۳۰۵۱

همان‌طور که در جدول ۴-۲ مشاهده می‌شود، تعاملات میان ایران و اردن یک سویه و از ایران به اردن است. به عبارت دیگر، معمولاً صنایع دستی ایران از سوی خریداران اردنی تقاضا می‌شود و در مقابل کالاهای دستی وارد نمی‌شود. نگاره ۴-۲ این معاملات را بر اساس ارزش دلاری مبادلات نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اردن

به‌علاوه، همان‌طور که در نگاره ۴-۲ ملاحظه می‌شود، صادرات به کشور اردن در سال ۸۹ از بیشترین میزان خود برخوردار بوده است. این در حالی است که خط صادرات تا سال ۹۱ دارای روند نزولی است. ولیکن، در سال ۹۲ صعود جهشی خوبی مشاهده می‌شود که این روند در سه ماهه اول سال ۹۳ دنبال نمی‌شود. البته با بررسی فصلی صادرات به کشور اردن شاید بتوان دلیل توقف در روند افزایشی صادرات را به بررسی صرف سه ماهه اول نسبت داد.

هم‌چنین، با توجه به جدول ۴-۲ مشخص می‌شود که اقلام صادراتی به کشور اردن، طیف محصولات چوبی، مسی، سرامیکی، شیشه‌ای و سفالی را در بر می‌گیرد. این مورد نشان‌دهنده این است که بازار اردن پذیرای طیف گسترده‌ای از محصولات صنایع دستی ایران است. با وجود این، ارزش دلاری قابل ملاحظه‌ای از صادرات این محصولات حاصل نشده است که این لزوم برنامه‌ریزی منسجم در زمینه صادرات محصول به این بازار را نشان می‌دهد.

#### ۴-۱-۳ بازار هدف صادراتی کشور ارمنستان

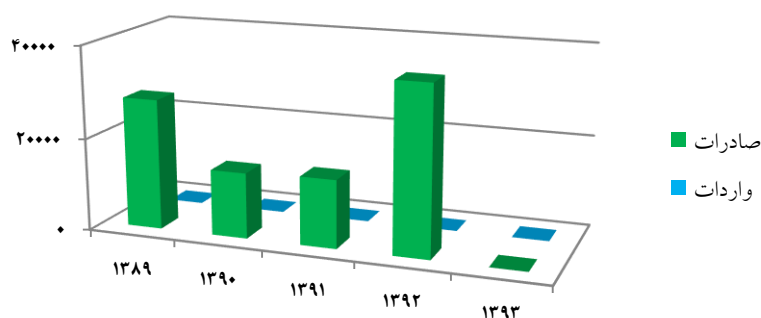
با توجه به قدمت تاریخی این کشور، هنر صنایع دستی از موقعیت بالایی برخوردار است. به خصوص در شهر ایروان که شهر محبوب همه ارمنیان جهان است، می‌توان به سادگی به گنجیه‌های صنایع دستی این کشور دست یافت. جدول ۴-۳ تعاملات بازرگانی کشور ایران و ارمنستان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ارمنستان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۳۰۲۵۱
	سایر اشیاء از سفال صنایع دستی	۳۰۷۸
	سایر اشیاء از سرامیک صنایع دستی	۳۰۰۰
	مجموع	۳۶۳۲۹
۱۳۹۱	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۹۱۸۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)	۳۷۵۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	۱۶۳۲
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۲۰۰
	مجموع	۱۴۷۶۲
۱۳۹۰	صادرات	۱۳۲۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۰۰۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و...)	۳۰
	مجموع	۱۴۲۳۰
۱۳۸۹	صادرات	۲۰۶۴۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۶۶۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۹۹۰
	مجموع	۲۸۲۳۰

با توجه به جدول ۳-۴ مشخص می‌شود که تعاملات بازرگانی میان ایران و ارمنستان تنها به صورت صادرات کالاهای صنایع دستی ایران است. به طوری که در طی ۵ سال گذشته هیچ گونه وارداتی از کشور ارمنستان به طور رسمی ثبت نشده است.



نگاره ۳-۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ارمنستان

بررسی ارزش دلاری صادرات در نگاره ۳-۴ نشان می‌دهد که بعد از کاهشی قابل ملاحظه در صادرات صنایع دستی در سال ۹۰، مجدداً روند صعودی در سال ۹۱ به تدریج و در سال ۹۲ به شدت افزایش یافته است. البته در سه ماهه نخست سال ۹۳ صادراتی در زمینه کالاهای صنایع دستی ثبت نشده است.



به علاوه، با توجه به ارقام صادراتی در جدول ۴-۳ مشخص می‌شود که محصولات شیشه‌ای به طور مستمر مورد توجه خریداران ارمنستان بوده است. به علاوه، محصولات ساخته شده از سفال، سرامیک و چوب در میان کالاهای صادراتی نشان می‌دهد که این گروه از محصولات از سوی خریداران ارمنستان مورد تقاضا قرار گرفته است. البته حجم صادرات این محصولات رقم قابل ملاحظه‌ای به شمار نمی‌رود که این مورد نشان‌دهنده نبود تفکری منسجم در زمینه صادرات محصولات صنایع دستی به این کشور است.

#### ۴-۱-۴ بازار هدف صادراتی کشور افغانستان

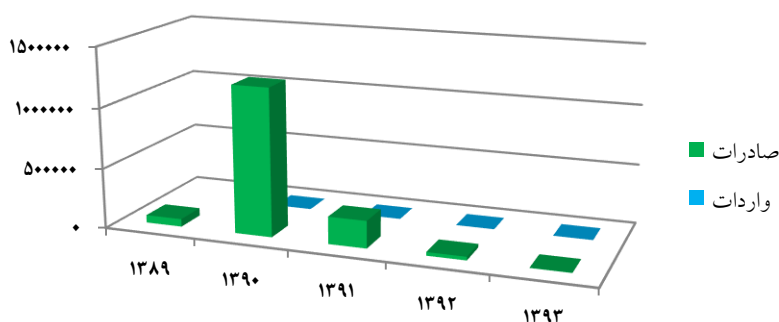
کشور افغانستان دارای سابقه‌ای غنی در حوزه صنایع دستی است؛ چنان‌که در برخی رشته‌ها از جمله سرامیک و سفال، از سال‌های متمادی پیش از میلاد فعالیت داشته است. ولیکن در طی ۵ سال گذشته، ارتباط تجاری این کشور با ایران در حوزه صنایع دستی تنها به صورت واردات ارقام تولیدی ایرانی بوده است. جدول ۴-۴، کالاهای مورد معامله میان این دو کشور و میزان آنها به ارزش دلاری را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور افغانستان در حوزه صنایع دستی

سال	ارقام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	سایر اشیاء که در جای دیگر ذکر نشده از سفال	۱۵۳۶
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۰۶۹
	مجموع	۲۶۰۵
۱۳۹۲	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۹۹۶۱
	سایر اشیاء از سفال صنایع دستی	۶۶۲۵
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۱۳۶۱
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۹۲۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۷۳۳
	مجموع	۲۹۶۰۰
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۹۰۲۷۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۱۲۶۱۳
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۳۰۵۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی بدون تزیین	۵۹۶۵
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۳۲۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۷۵۰
	مجموع	۱۱۳۰۰۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۵۴۴
	مجموع	۲۲۶۳۹۲
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۸۶۶۸۹
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش‌خورده	۳۵۸۰۵
	مجموع	۱۲۲۲۴۹۴
۱۳۸۹	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضرب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش‌خورده	۲۲۱۰۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۲۰۱۸۲
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، بدون تزئین	۱۸۹۶۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و...)	۲۵۲۰
	مجموع	۶۳۷۶۲

با در نظر گرفتن میزان صادرات و واردات اقلام تولیدی صنایع دستی در جدول ۴-۴ می‌توان چنین استنباط کرد که رابطه یک‌سویه میان این دو کشور به نفع صادرات کشور ایران بوده است. چنانکه در طی این ۵ سال، آمار رسمی گمرک عدم واردات کالاهای افغان را نشان می‌دهد. این در حالی است که صادرات کالاهای ایرانی در طی این ۵ سال به کشور افغانستان صورت گرفته است. البته حجم مبادلات مقدار قابل توجهی به شمار نمی‌رود. نگاره ۴-۴ تفاوت حجم صادرات و واردات این دو کشور را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور افغانستان

از سوی دیگر، با توجه به کالاهای صنایع دستی مورد معامله مشخص می‌شود که طیف گسترده‌ای از محصولات ساخته شده چوبی، مسی، شیشه‌ای، سرامیکی و سفالی، اما در حجم کم، مورد معامله قرار گرفته است. این مورد لزوم توجه به این بازار به عنوان یکی از بازارهای اصلی را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، ادامه روند ۵ ساله صادرات نشان می‌دهد که کالاهای صنایع دستی ایران توانسته است نیاز و سلیقه بازار افغانستان را تأمین کند. اما عدم برنامه‌ریزی و بازاریابی مناسب و تخصصی باعث شده است رقم مورد معامله چندان قابل ملاحظه نباشد. البته بنابر گفته نامور مطلق (۱۳۹۳)، معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران تصمیم گرفته است ستاد ویژه‌ای با هدف بررسی امور کشور افغانستان انجام دهد و در ادامه بازار مشترک صنایع دستی با این کشور ایجاد کند.<sup>۱</sup> به نظر می‌رسد برنامه‌ریزی اصولی بدین شیوه بتواند تعاملات بازرگانی میان ایران و افغانستان را با توجه به حالت برد-برد تقویت کند.

#### ۴-۱-۵ بازار هدف صادراتی کشور امارات متحده عربی

کشور امارات با وجود سابقه تاریخی ۴۰ ساله خود، در حوزه صنایع دستی و به خصوص برگزاری نمایشگاه‌های تجاری در این حوزه مورد توجه علاقه‌مندان به هنر و فرهنگ بوده است. جدول ۴-۵ ارتباطات بازرگانی کشور ایران و امارات را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور امارات در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	معجمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۱۴۵۹۵۱۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۲۵۰۸۰۰
	سایر اشیای از سفال	۱۹۴۹۸۸
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۸۳۷۰۶
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلان	۵۱۶۳۲
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۳۸۸۸۰
	مجموع	۲۱۷۹۵۱۶
۱۳۹۲	واردات	۱۵۰۰
	مجموع	۱۵۰۰
۱۳۹۲	معجمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۴۹۸۶۵۲۱
	سایر اشیای از سفال	۴۲۸۷۲۴

۱. همشهری آنلاین مورخ ۱۳۹۳/۰۱/۲۰

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۲۲۲۷۵۷
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۲۱۵۱۸
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۱۶۰۰۰۳
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۳۸۹۲۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۱۲۷۴۴۳
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۱۱۱۲۷۸
	کاشی یا سرامیک معرق	۷۲۹۸۸
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۵۸۰۱۵
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۵۲۹۲۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۷۴۹۶
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۲۲۹۰
	سایر مصنوعات از مس، قلم‌زنی	۱۸۰۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۱۴۹
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۸۲۴
	سایر اشیای شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش‌خورده	۵۹۳
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش‌خورده	۳۲۵
	مجموع	۶۵۹۵۵۶۸
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۴۲۷
	مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی معرق و مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم برای سرویس میز یا آشپزخانه	۸۰
	مجموع	۵۰۷
۱۳۹۱	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۱۹۱۳۷۳۶
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۵۸۷۹۵
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۴۳۱۷۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۷۰۳۹۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۲۵۱۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	<p>سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده ۴۶۲۰۰</p> <p>مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی ۲۱۱۶۸</p> <p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده ۲۰۶۷۵</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب ۴۵۳۷</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب ۷۲۴۶</p> <p>سایر مصنوعات از مس، قلم‌زنی ۳۵۹۸</p> <p>مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم ۲۶۴۳</p> <p>سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده ۹۶۰</p> <p>طلالات یا نقره‌آلات و اجزاء آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، حکاکی، قلم‌زنی شده ۱۳۱۰</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده ۲۹۷</p>
	مجموع	۲۴۰۷۲۳۵
	واردات	<p>سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی بدون تزیین ۳۰۶۰۴۸</p> <p>سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده ۱۴۸۷۳۵</p> <p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده ۱۸۵۱۹</p> <p>مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی ۱۳۴۴۳</p> <p>کارد (غیر از کاردهای دارای تیغه ثابت) هم‌چنین چاقو تاشو باغبانی ۵۱۵۰</p> <p>در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح) ۴۰۶۹</p> <p>مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۳۴۲۳</p> <p>سایر اشیاء که در جای دیگر ذکر نشده از سفال ۱۶۷۳</p> <p>مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم ۱۶۴۱</p> <p>سایر اشیاء که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک ۱۱۹۲</p> <p>چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان ۱۱۴۸</p>

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	واردات	مجممه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال ۹۵۳
		مجممه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک ۴۵۸
	مجموع	۵۰۶۴۵۲
۱۳۹۰	صادرات	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان ۲۱۷۸۷۳۶
		کاشی یا سرامیک معرق ۱۸۲۳۵۸
		سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده ۹۹۴۶۲
		سایر اشیای از سفال ۹۰۶۵۸
		کاشی یا سرامیک نقاشی شده ۷۷۴۷۵
		مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده ۳۲۹۶۰
		سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس فیروزه‌کوب ۲۶۱۰۰
		سایر اشیای که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک ۱۴۶۵۲
		ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش‌خورده ۱۲۲۲۴
		سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی ۸۳۲۰
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۸۰۷۰
		مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی ۶۹۳۰
		صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده ۴۸۰۰
		سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، درجه نقاشی شده، تراش‌خورده ۳۶۰۰
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده ۲۷۸۴
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی ۱۱۵
	مجموع	۲۷۴۹۲۴۴
	واردات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی، بدون تزئین ۱۴۰۲۲۱۴
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده ۱۵۱۰۳۷
		ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش‌خورده ۱۱۳۹۲۲
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۹۷۳۶۶
		مجممه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم ۴۶۴۸۴

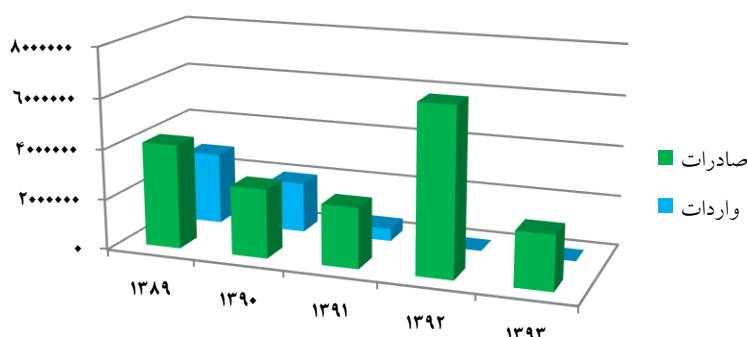
سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	واردات	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده ۳۳۵۵۷
		ظروف شیشه از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین ۲۸۷۶۵
		چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان ۲۸۳۰۱
		سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی ۲۲۳۵۶
		اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سرامیک، بدون لعاب ۱۹۴۱۹
		مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم، برای سرویس میز یا آشپزخانه ۱۸۵۶۸
		صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت ۷۹۲۳
		مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال ۷۳۲۵
		مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک ۳۱۷۲
		صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده ۳۰۴۶
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی ۲۵۸۷
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی ۲۴۴۰
		سایر اشیا از سرامیک ۱۷۵۵
		رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم ۱۶۰۴
		کارد (غیرازکاردهای دارای تیغه ثابت) همچنین چاقو تاشو باغبانی ۱۲۵۹
مجموع ۱۹۹۳۱۰۰		
۱۳۸۹	صادرات	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان ۳۲۴۲۶۷۲
		سایر اشیا از سرامیک ۶۲۷۳۷۸
		سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده ۱۲۹۹۱۷
		کاشی یا سرامیک نقاشی شده ۴۳۸۰۳
		سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی ۳۴۴۰۰
		سایر اشیا از سفال ۲۵۴۹۱
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده ۱۷۱۴۰
		کاشی یا سرامیک معرق ۲۷۰۰

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
صادرات	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی	۱۲۰۶۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۲۳۶
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	۹۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۴۳۸
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۳۰۶
مجموع		۴۱۳۸۴۴۱
واردات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی بدون تزئین	۲۰۲۶۵۶۶
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۵۰۱۳۳۱
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۱۵۷۷۵۸
	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده	۶۱۳۱۸
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۲۸۶۸۸
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سرامیک، بدون لعاب	۲۶۱۳۶
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۲۱۵۶۵
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۱۴۹۸۳
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۸۳۹۴
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۳۴۵۰
	کارد با تیغه ثابت (غیر از کاردهای سر میز)	۲۱۳۵
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۹۹۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۸۳۲
	کارد (غیر از کاردهای دارای تیغه ثابت) هم‌چنین چاقو تاشو باغبانی	۵۶۹
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی	۳۲۹
	پنجره آغشغه (French Window) و چهارچوب و دوره آنها از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۲۵۳



سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	واردات	۴۰
	سایر اشیا از سرمایه‌های	
	مجموع	۲۸۵۵۳۳۷

با استناد به جدول ۴-۵ مشخص می‌شود که مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و امارات تقریباً به صورت دو طرفه است. هر چند در این میان صادرات کالاهای صنایع دستی به کشور امارات در مقایسه با واردات دریافتی از این کشور، سطح بالاتری را شامل می‌شود. نگاره ۴-۵، نمودار مراودات بازرگانی میان این دو کشور را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور امارات

همان‌طور که در نگاره ۴-۵ نشان داده شده است، صادرات کالاهای دستی در طی ۳ سال اول روند نزولی داشته است. این در حالی است که در سال ۹۲ صادرات به کشور امارات در حد قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است. هر چند در سه ماهه نخست سال ۹۳ میزان صادرات رقم کمتری را نشان می‌دهد، چنین انتظار می‌رود که در ادامه سال روند صعودی ادامه داشته باشد. البته در طی ۵ سال گذشته نیز روند واردات به صورت نزولی بوده است. به طوری که در سه ماهه نخست سال ۹۳ میزان واردات به ۱۵۰۰ دلار رسیده است. ارزش دلاری صادرات نیز نسبت به کشورهای دیگر در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد و بدین ترتیب می‌توان از این کشور به عنوان یکی از بازارهای هدف صادراتی ایران نام برد.

با توجه به جدول ۴-۵ می‌توان مشاهده کرد که صادرات به کشور امارات در برگیرنده انواع محصولات ساخته شده از سفال، سرامیک، چوب، مس، شیشه، حصیر و کپوبافی است. نکته قابل توجه در این میان، صادرات محصولات صنایع دستی ساخته شده با فلزات گرانبها از قبیل طلا و نقره به صورت کار شده است که از سوی خریداران کشور امارات مورد تقاضا قرار گرفته است. البته این قلم صادراتی ارزش دلاری قابل توجهی را به خود اختصاص نداده است. ولیکن، تقاضای چنین محصولی از سوی خریداران اماراتی نشان‌دهنده نیاز به برنامه‌ریزی در حوزه صادرات این کالاها به کشورهای حوزه عربی است.

از سوی دیگر، بررسی اقلام وارداتی از کشور امارات نشان می‌دهد که طیف محصولات حصیری، سفالی، چوبی، شیشه‌ای، سرامیکی، مسی، و کالاهایی شامل کارد، چاقوی باغبانی و کپوبافی از سوی خریداران ایرانی مورد تقاضا قرار گرفته است. به عبارت دیگر، انواع محصولات صادراتی به کشور امارات به صورت کالاهای وارداتی دریافت می‌شوند. هر چند در طی ۵ سال گذشته، میزان واردات این کالاها روند نزولی داشته است.

#### ۴-۱-۶ بازار هدف صادراتی کشور اندونزی

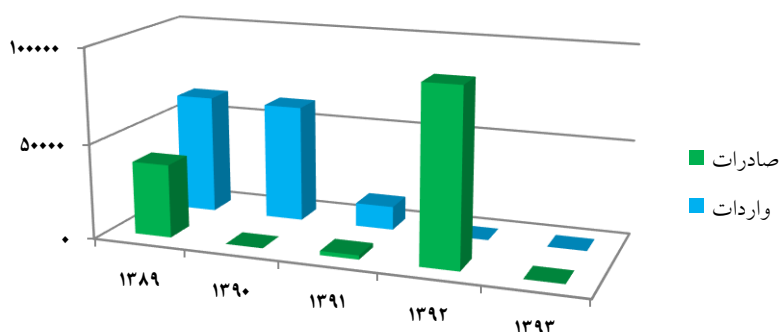
صنایع دستی کشور اندونزی از تنوع بالایی برخوردار است؛ به طوری که گردشگران به آسانی می‌توانند در جاکارتا، پایتخت اندونزی، به کالاهای صنایع دستی این کشور دسترسی داشته باشند. به خصوص، تولیدکنندگان در این کشور، برای کاهش هزینه و ایجاد نوآوری در تولیدات خود، اقدام به تولید کالاهایی با استفاده از زباله می‌کنند. این امر منجر به ایجاد نوع جدیدی از تولیدات صنایع دستی اندونزی شده که با استقبال فراوانی نیز مواجه شده است. در این کشور، صنایع دستی به عنوان اهرمی مناسب در ارتقای رشد اقتصادی ایفای نقش می‌کند. به علاوه، به منظور توسعه صادرات محصولات صنایع دستی و خروج از بحران اقتصادی، کشور اندونزی به هنرمندان معلول صنایع دستی روی آورده است که این نشان از برنامه‌ریزی دقیق و جامع در این حوزه است. جدول ۴-۶ مرادوات بازرگانی کشور ایران و اندونزی را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اندونزی در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۸۷۱۲۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه- ای نقاشی‌شده، تراش‌خورده	۲۵۲۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۹۰۲
	مجموع	۹۱۵۴۲
۱۳۹۱	کاشی یا سرامیک نقاشی‌شده	۲۱۸۹
	مجموع	۲۱۸۹
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۱۲۳۹۰
	مجموع	۱۲۳۹۰
۱۳۹۰	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۵۴۰۳۰
	مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم، برای سرویس میز یا آشپزخانه	۴۵۶۲
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۲۹۳۳
سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری

۶۱۵۲۵	مجموع		۱۳۹۰
۳۵۹۱۰	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی‌شده، تراش‌خورده	صادرات	۱۳۸۹
۲۶۷۲	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین		
۳۸۵۸۲	مجموع		
۵۷۶۵۰	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	واردات	
۵۱۹۰	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)		
۶۲۸۴۰	مجموع		

با توجه به جدول ۴-۶ مشخص می‌شود که تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و اندونزی در کل به صورت دوطرفه است. البته طی ۵ سال گذشته در برخی مواقع این مراودات حالت یک‌طرفه داشته است. به طور مثال در سال ۹۲ مرادده بازرگانی میان این دو کشور به صورت صادرات کالاهای صنایع دستی به کشور اندونزی است. هم‌چنین در سال ۹۰ صرفاً محصولات صنایع دستی از این کشور به ایران وارد شده است.



نگاره ۴-۶ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اندونزی

همان‌طور که در نگاره ۴-۶ مشخص شده است، در طی سال‌های ۸۹ تا ۹۱ میزان واردات دریافتی از صادرات صورت گرفته بیشتر است. به طوری‌که در سال‌های ۹۰ و ۹۱ ارزش دلاری صادرات تقریباً معادل صفر است. این در حالی است که در سال ۹۲ رقم صادرات به طور قابل توجهی افزایش یافته است. در مقابل از کشور اندونزی وارداتی در زمینه کالاهای صنایع دستی صورت نگرفته است. ولیکن در سه ماهه نخست سال ۹۳ هیچ‌گونه مرادده بازرگانی میان این دو کشور انجام نشده است.

به علاوه، اقلام صادراتی به کشور اندونزی، با توجه به جدول ۴-۶، محصولات چوبی، شیشه‌ای و سرامیکی را شامل می‌شود. در مقابل، کالاهای چوبی و حصیری به کشور ایران وارد می‌شود. به طور کلی، بررسی داده‌های آماری ارایه شده در این جدول نشان می‌دهد که هم تنوع محصولات و هم ارزش دلاری اقلام صادراتی در حد قابل توجهی نیست و نیازمند نگاهی منسجم و برنامه‌ریزی دقیق است.

#### ۴-۷- بازار هدف صادراتی کشور بحرین

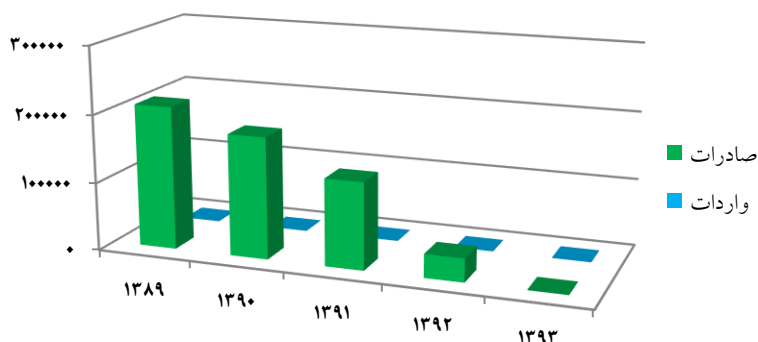
کشور بحرین از جمله کشورهایی است که از صنایع دستی غنی و کارنامه فعالیت خوبی برخوردار است. ولیکن، مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و بحرین، حجم قابل توجهی به شمار نمی‌رود. جدول ۴-۷ تعاملات بازرگانی کشور ایران و بحرین را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۷ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور بحرین در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	کاشی یا سرامیک نقاشی شده
		کاشی یا سرامیک معرق
	مجموع	۳۴۵۳۸
۱۳۹۱	صادرات	کاشی یا سرامیک نقاشی شده
		کاشی یا سرامیک معرق
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی
		چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
	مجموع	۱۲۷۶۴۹
۱۳۹۰	صادرات	کاشی یا سرامیک معرق
		کاشی یا سرامیک نقاشی شده
	مجموع	۱۷۸۴۴۲
۱۳۸۹	صادرات	کاشی یا سرامیک معرق
		کاشی یا سرامیک نقاشی شده
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی بدون تزیین
	مجموع	۲۱۰۲۹۷

همان‌طور که در جدول ۴-۷ ملاحظه می‌شود، تعامل بازرگانی دو کشور ایران و بحرین به طور یک طرفه است. به عبارت دیگر، مراوده این دو کشور به صورت صادرات صنایع دستی ایرانی به بحرین است که مقدار قابل ملاحظه‌ای نیز به حساب نمی‌آید. چنانکه در طی ۵ سال گذشته، رقم صادراتی به سختی از مرز ۲۰۰،۰۰۰ دلار می‌گذرد.

این در حالی است که دو کشور از صنایع دستی غنی برخوردار هستند. به علاوه، از آنجایی که مشابهت مذهبی میان این دو کشور وجود دارد، می‌توان با فروش صنایع دستی ایران به گردشگران مذهبی، تعامل بازرگانی مناسبی میان دو کشور برقرار ساخت. نگاره ۴-۷، این ارتباطات بازرگانی را در قالب نمودار نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۷ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور بحرین

با استناد به نگاره ۴-۷ می‌توان چنین مطرح کرد که مقدار صادرات کالاهای دستی ایران به بحرین در سال‌های گذشته روند نزولی داشته است. به طوری که بیشینه رقم صادراتی در سال ۸۹ و کمینه آن نیز در سال ۹۲ مشاهده می‌شود. همچنین در سه ماهه اول سال ۹۳ نیز صادراتی به این کشور انجام نشده است. به علاوه، در طی ۵ سال گذشته هیچ وارداتی از سوی کشور بحرین صورت نپذیرفته است.

همچنین، بررسی اقلام صادراتی به کشور بحرین نشان می‌دهد که خریداران بحرینی بیشتر متقاضی کاشی و سرامیک ایران هستند. البته سایر محصولات ساخته شده از چوب، شیشه و مس نیز مورد توجه این خریداران خارجی بوده است. ولی تقاضای کاشی و سرامیک به صورت معرق یا نقاشی شده در طی سال‌های ۸۹ تا ۹۲ همواره صورت پذیرفته است. این مورد نشان می‌دهد که اندکی سرمایه‌گذاری حداقل در این دو محصول صنایع دستی، می‌تواند بازار بسیار خوبی در کشور بحرین فراهم سازد.

#### ۴-۱-۸ بازار هدف صادراتی کشور پاکستان

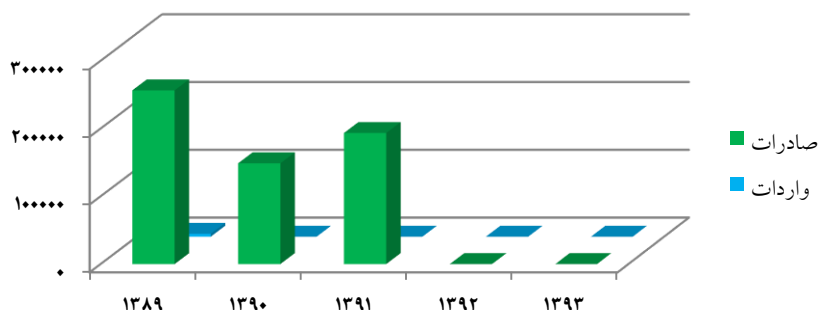
صنایع دستی در کشور پاکستان از قدمتی طولانی برخوردار است؛ به طوری که می‌توان چنین مطرح کرد که هر منطقه در پاکستان، نوع خاصی از این هنر-صنعت را به نمایش می‌گذارد. با توجه به جدول ۴-۸ در زمینه مراودات بازرگانی ایران و پاکستان مشخص می‌شود که طبق آمار رسمی گمرک، در طی سال‌های ۹۲ و ۹۳ هیچ‌گونه مراوده بازرگانی در حوزه صنایع دستی میان این دو کشور صورت نگرفته است.

ولیکن در سال‌های ۹۰ و ۹۱ رابطه یک‌سویه به صورت صادرات صرف از ایران به پاکستان صورت پذیرفته است. در سال ۸۹ نیز این رابطه به صورت دو سویه بوده است. هرچند با مقایسه ارزش دلاری مبادله شده آشکار می‌شود که کفه صادرات سنگین‌تر است.

جدول ۴-۸ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور پاکستان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
	صادرات	کاشی یا سرامیک نقاشی شده
	مجموع	۹۶۳۰۳
۱۳۹۰	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
	مجموع	۹۷۱۶۴
	مجموع	۱۹۳۴۶۷
۱۳۸۹	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
	مجموع	۱۴۸۶۵۷
	واردات	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)
	مجموع	۱۴۸۶۵۷
۱۳۸۹	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
	مجموع	۲۵۶۳۴۳
	واردات	۴۲۲۱
۱۳۸۹	مجموع	۴۲۲۱

به طور کلی با توجه به جدول ۴-۸ مشخص می‌شود که در دو سال گذشته، بازار صنایع دستی پاکستان به فراموشی سپرده شده است. نگاره ۴-۸ این شکاف به وجود آمده را به نحو آشکاری نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۸ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور پاکستان

همان‌طور که در نگاره ۴-۸ ملاحظه می‌شود، روند صادرات به کشور پاکستان از سال ۸۹ به ۹۳ روند نزولی داشته است، به طوری که در دو سال آخر این مقدار به صفر سیده است. البته در سال ۹۱، افزایشی محسوس در میزان صادرات مشاهده می‌شود. اما در سال ۹۲، مجدداً روند نزولی ادامه می‌یابد. بنابراین، تلاش در جهت کسب سهم بازار از دست رفته ضروری است. هر چند میزان صادرات صورت گرفته در دو سال اول دوره ۵ ساله آنچنان زیاد نیست، ولی سرمایه‌گذاری مناسب و اتخاذ رویکردهای نوین می‌تواند سهم بازار وسیعی را در اختیار هنرمندان و صنعتگران ایرانی قرار دهد.

به علاوه، با توجه به اقلام مورد معامله در جدول ۴-۸ مشخص می‌شود که بیشتر محصولات شیشه‌ای و سپس سرامیکی مورد توجه کشور خریداران پاکستانی بوده است. این در حالی است که تنها اقلام وارداتی به ایران، محصولات چوبی به صورت

مبلمان بوده است. با نگاهی اجمالی به نظر می‌رسد بازار کشور پاکستان پذیرای محصولات شیشه‌ای ایرانی است که توجه به این مورد و برنامه‌ریزی جهت حضور در بازارهای خارجی می‌تواند نه تنها اوضاع صنایع دستی ایران را بهبود بخشد، بلکه نگاه به این صنعت را از حالت تزینی به نیاز مبرم اقتصاد تبدیل کند و گزینه‌ای برای بهبود تراز بازرگانی کشور شود.

#### ۹-۱-۴ بازار هدف صادراتی کشور تاجیکستان

کشور تاجیکستان دارای تاریخی غنی از صنایع دستی است که طبق نظر معاون صنایع دستی کشور، نامور مطلق، از دو حیث قابل توجه است. نکته اول این که این کشور مبدأ مهمی به شمار می‌رود و موضوع دوم، نقشی است که این کشور می‌تواند در اتصال کشور ایران به آسیای میانه ایفا کند. به علاوه، وجود اشتراکات فرهنگی بسیار و صنایع دستی مشترک می‌تواند زمینه گسترش صنایع دستی مشترک در دنیا را فراهم سازد.<sup>۱</sup> جدول ۴-۹ میزان تعاملات بازرگانی میان این دو کشور در طی ۵ سال گذشته را نشان می‌دهد.

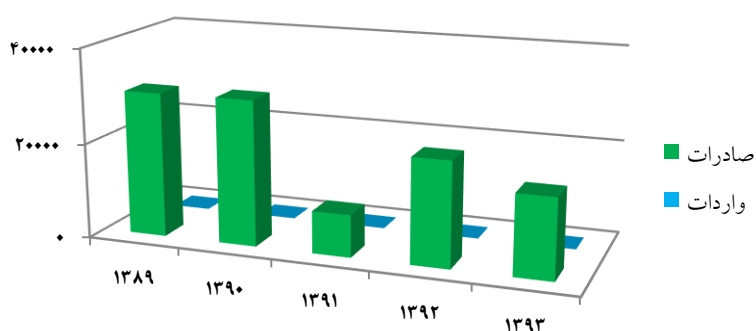
جدول ۴-۹ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور تاجیکستان در حوزه صنایع دستی

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۶۸۰۴
	مجموع	۱۶۸۰۴
۱۳۹۲	صادرات ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۲۱۰۷۳
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۹۲۰
	مجموع	۲۱۹۹۳
۱۳۹۱	صادرات ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۵۶۴۰
	مجسمه و سایر اشیای تزینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۳۲۴۰
	مجموع	۸۸۸۰
۱۳۹۰	صادرات مجسمه و سایر اشیای تزینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۸۹۶۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۱۶۴۰
	مجموع	۳۰۶۰۰
۱۳۸۹	صادرات سایر اشیای که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک	۱۴۴۰۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۱۰۶۶۵
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۲۲۵۰

<sup>۱</sup>. روابط عمومی و اطلاع‌رسانی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، مورخ ۱۳۹۲/۱۰/۰۴

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۲۷۶۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۳۶۰
	مجموع	۳۰۴۳۵

با توجه به جدول ۴-۹ مشخص می‌شود که در طی ۵ سال گذشته، تعاملات بازرگانی میان این دو کشور صرفاً به صورت صادرات کالاهای دستی ایرانی به کشور تاجیکستان بوده است. البته میزان صادرات صورت پذیرفته نیز رقم قابل توجهی به شمار نمی‌رود. نگرار ۴-۹، روند مراودات بازرگانی این دو کشور در فاصله زمانی ۸۹ تا سه ماهه نخست سال ۹۳ را نشان می‌دهد.



نگار ۴-۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور تاجیکستان

مطابق با نگرار ۴-۹، تا سال ۹۱، روند صادرات به کشور تاجیکستان حالت افزایشی داشته است، اما این روند در سال ۹۱ با افت شدید همراه بوده است. به طوری که رقم صادراتی ۳،۵ برابر کاهش یافته است. البته در سال ۹۲ مجدداً این میزان از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است. با در نظر گرفتن میزان صادرات در سه ماهه اول سال ۹۳، به نظر می‌رسد روند صعودی همچنان ادامه یابد تا به سطح مناسبی برسد.

هم‌چنین، بررسی اقلام صادراتی به این کشور در فاصله زمانی ۵ سال نشان می‌دهد که ظروف شیشه‌ای به طور مستمر مورد تقاضا قرار گرفته است. البته سایر محصولات ساخته شده از چوب، سرامیک و مس نیز مورد توجه بوده است. ولی کالاهای شیشه‌ای به خصوص در سال‌های اخیر بیشتر صادر شده است. برنامه‌ریزی مدون و بررسی‌های اقتصادی می‌تواند کشور تاجیکستان را به عنوان یکی از کشورهای هدف صادراتی ایران مطرح سازد.



#### ۴-۱-۱۰ بازار هدف صادراتی کشور تایلند

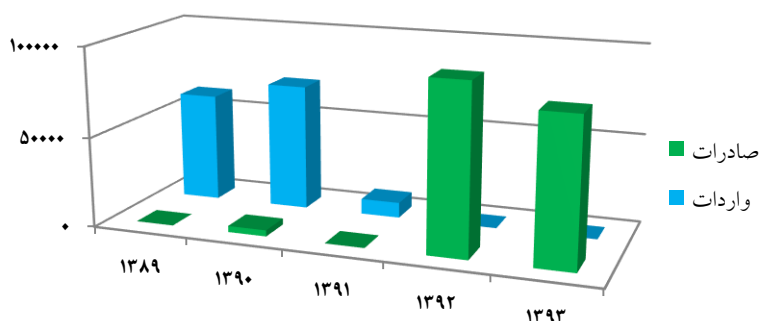
کشور تایلند به عنوان سرزمین هزار معبد، دارای صنایع دستی متنوعی است که یکی از مراکز خرید مهم آسیا با شمار می‌رود. گسترش این هنر در سطح داخلی و خارجی به سطحی رسیده است که بنابر نظر معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، صنایع دستی تایلند از ایران سبقت گرفته است.<sup>۱</sup> جدول ۴-۱۰ مرادادات بازرگانی کشور ایران و تایلند را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۰ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور تایلند در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات	کاشی یا سرامیک معرق
	مجموع	۸۰۸۸۰
۱۳۹۲	صادرات	کاشی یا سرامیک معرق
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)
		کاشی یا سرامیک نقاشی شده
	مجموع	۹۳۲۵۱
۱۳۹۱	واردات	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
	مجموع	۸۵۵۴
۱۳۹۰	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی، بدون تزیین
	مجموع	۳۴۲۰
	واردات	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		سایر اشیای از سرامیک
	مجموع	۷۰۳۴۰
۱۳۸۹	واردات	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی
	مجموع	۶۰۷۵۲

<sup>۱</sup>. خبرگزاری ایرنا مورخ ۱۳۹۳/۰۶/۰۴

همان‌طور که در جدول ۴-۱۰ مشاهده می‌شود، مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و تایلند در برخی سال‌ها به صورت یک‌طرفه (صادرات یا واردات صرف) است. به طور نمونه، در سال‌های ۸۹ و ۹۱، تنها واردات صنایع دستی در کشور صورت پذیرفته است. این در حالی است که در سال‌های اخیر (سال‌های ۹۲ و ۹۳) چرخشی کامل روی داده است و اقلام صنایع دستی به طور صرف از کشور ایران به تایلند صادر شده است. در این میان، در سال ۹۰ مراوده بازرگانی میان این دو کشور به صورت دوطرفه بوده است. هر چند ارزش دلاری واردات بسیار بیشتر از صادرات بوده است.



نگاره ۴-۱۰ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور تایلند

نگاره ۴-۱۰ به طور آشکار روند صادرات و واردات کالاهای صنایع دستی را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این نگاره مشاهده می‌شود، رقم صادراتی در سال ۹۲ به طرز قابل‌توجهی افزایش یافته است و در سه ماهه نخست سال ۹۳ این روند ادامه یافته است. به عبارت دیگر، چنین انتظار می‌رود که در سال‌های آتی روند صعودی صادرات همچنان ادامه یابد. در مقابل، واردات این کالاها پس از افزایشی نسبی در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۹، در سال‌های بعد روند نزولی داشته است. به طوری که در دو سال اخیر میزان واردات صنایع دستی به صفر رسیده است.

هم‌چنین، با بررسی اقلام صادراتی صنایع دستی در جدول ۴-۱۰ می‌توان چنین مطرح کرد که محصولات مورد تقاضا طیفی از کالاهای سرامیکی، چوبی و شیشه‌ای را در بر می‌گیرد. در مقابل، محصولات ساخته شده از سرامیک، چوب و شیشه به کشور ایران وارد می‌شود. نکته قابل توجه مبادله انواع خاصی از محصولات میان این دو کشور است. به عبارت دیگر چه در صادرات و چه در واردات، نوع محصولات صنایع دستی طیف خاصی را شامل می‌شود. البته در سال ۸۹ محصولات حصیری نیز در مقداری اندک به کشور ایران وارد شده است که تقاضای این محصول در سال‌های گذشته به صفر رسیده است.

#### ۴-۱-۱۱ بازار هدف صادراتی کشور ترکمنستان

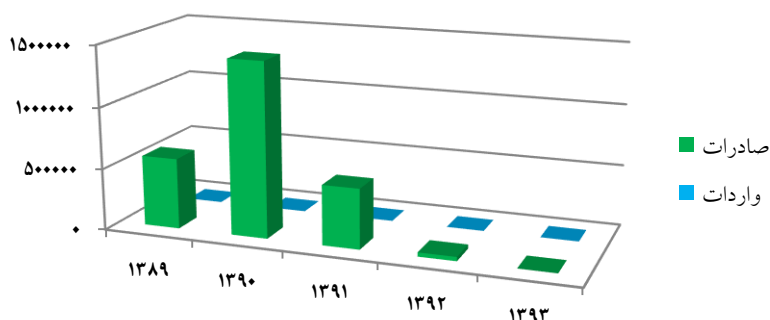
در نزد ترکمن‌ها، اقسام مختلف صنایع دستی از قدیم‌الایام رواج داشته است. این کالاهای صنایع دستی بیشتر توسط گروه زنان هنرمند ترکمنستان ایجاد شده است. از این قبیل کالاها می‌توان به پارچه‌بافی و تولید منسوجات نخی و ابریشمی، قالی‌بافی،

نمدمالی، گلیم‌بافی، زردوزی و گلدوزی اشاره کرد. جدول ۴-۱۱ تعاملات بازرگانی کشور ایران و ترکمنستان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ترکمنستان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	میل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۲۸۶۸۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۵۰۹۸
	مجموع	۳۳۷۷۸
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۴۴۳۸۹۸
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۲۵۱۴
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۰۸
	مجموع	۴۸۶۶۲۱
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۳۰۷۵۷۷
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۱۰۷۹۲
	مجموع	۱۴۱۸۳۶۹
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۵۷۰۱۳۴
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۹۵۰
	مجموع	۵۷۵۰۸۴

همان‌طور که در جدول ۴-۱۱ مشاهده می‌شود، ارتباط تجاری میان دو کشور ایران و ترکمنستان طی ۵ سال گذشته تنها به صورت صادرات کالاهای صنایع دستی ایران به کشور ترکمنستان است. در مقابل، بنابر گزارش گمرک ایران، در مدت زمان مشابه، وارداتی از سوی کشور ترکمنستان به کشور ایران در حوزه صنایع دستی صورت پذیرفته است. نگاره ۴-۱۱ به طور مشهود، روند صادرات محصولات صنایع دستی از ایران به کشور ترکمنستان را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۱۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ترکمنستان

با توجه به نگاره ۴-۱۱ می‌توان چنین ادعا کرد که در ۳ سال اول دوره زمانی ۸۹-۹۳، میزان صادرات نسبت به دو سال گذشته بیشتر بوده است. به طوری که ارزش دلاری صادرات در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۹ رشد قابل توجهی داشته است (تقریباً دو برابر). اما این میزان در سال ۹۱ با کاهشی ملموس همراه بوده است. چنان‌که در سال ۹۱ سطح صادرات مجدداً به میزان سال ۸۹ نزدیک شده است. این روند کاهشی در سال‌های بعد هم دنبال می‌شود، تا جایی که در سه ماهه اول سال ۹۳، میزان صادرات به صفر می‌رسد.

به علاوه، بررسی اقلام صادراتی به کشور ترکمنستان مشخص می‌کند که محصولات صنایع دستی ساخته شده از چوب، شیشه و سرامیک در مرکز توجه خریداران قرار گرفته است. البته، صادرات ظروف شیشه‌ای تا سال ۹۱، عمده صادرات صنایع دستی به کشور ترکمنستان را تشکیل می‌دهد. این در حالی است که میزان صادرات کالاهای شیشه‌ای در سال ۹۲ کاهش می‌یابد و محصولات چوبی (مبل‌های صنایع دستی) بخش بزرگی از صادرات را به خود اختصاص می‌دهد. محصولات دیگر شامل کاشی و سرامیک نیز تنها در سال ۹۱ و با ارزش دلاری بسیار محدود (در حدود ۲۰۰ دلار) به کشور ترکمنستان عرضه شده است.

#### ۴-۱-۱۲ بازار هدف صادراتی کشور ترکیه

صنایع دستی ترکیه، طیف وسیعی از کالاها شامل کار دستی، گلدوزی، زربافی، ریزه‌کاری، و به خصوص ظریف‌کاری‌های دستی با استفاده از سوزن، پشم، قلاب، موم، ماسوره، منجوق و یا غوزه را شامل می‌شود. جدول ۴-۱۲ مراودات بازرگانی کشور ایران و ترکیه را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ترکیه در حوزه صنایع دستی

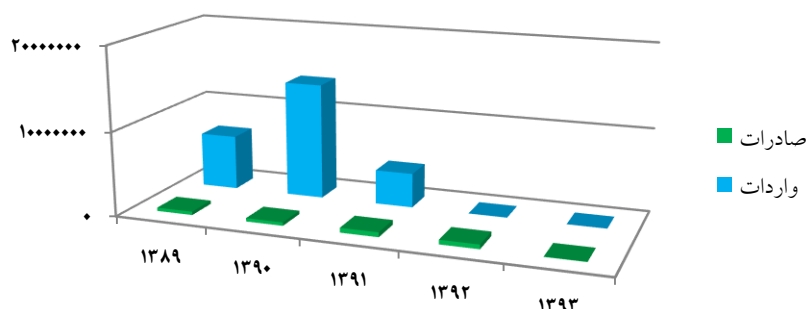
سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه- ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۰۴۴۹
	مجموع	۴۰۴۴۹

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	<p>سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده ۲۲۲۷۲۷</p> <p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه - ای نقاشی شده، تراش خورده ۲۲۱۵۳۵</p> <p>سایر اشیاء از سفال ۴۵۶۰۰</p> <p>مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک ۲۲۵۸۰</p> <p>سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده ۸۱۰۰</p> <p>مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال ۴۵۰۰</p> <p>مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم ۳۸۶۰</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده ۲۶۷۶</p> <p>کارد با تیغه ثابت (غیر از کاردهای سر میز) ۱۹۵۰</p>
	مجموع	۵۳۳۵۲۸
	واردات	<p>مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۲۷۶۶۰</p> <p>سایر مصنوعات از مس، قلم‌زنی ۴۰</p>
	مجموع	۲۷۷۰۰
۱۳۹۱	صادرات	<p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه - ای نقاشی شده، تراش خورده ۲۴۱۶۵۳</p> <p>سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده ۲۶۸۱۳۵</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب‌زده ۴۲۶۳۰</p> <p>در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح) ۸۸۷۹</p> <p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده ۴۳۹۵</p>
	مجموع	۵۶۵۶۹۲
	واردات	<p>مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۳۹۶۷۰۲۱</p> <p>در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح) ۱۲۵۶۰۶</p> <p>مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ....) ۳۱۱۳</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی ۲۱۱۱</p> <p>سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده ۶۳</p>
	مجموع	

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	واردات	۲۶۰
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۳۰
	مجموع	۴۰۹۸۲۰۴
۱۳۹۰	صادرات	۲۷۲۰۱۶
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۱۲۵۵۵۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۹۶۰
	مجموع	۳۹۸۵۲۶
	واردات	۱۳۴۳۷۰۰۱
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۳۵۰۶۳۳
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۳۹۳۳۹
	مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم برای سرویس میز یا آشپزخانه	۲۷۶۴۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۷۴۶
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۲۵۳
۱۳۸۹	صادرات	۱۶۳۹
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۲۳۳
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۷۲۱
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه - ای نقاشی شده، تراش خورده	۵۸۶
	مجموع	۱۳۸۶۳۷۹۱
	واردات	۲۱۷۸۱۴
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۸۷۵۰۰
۱۳۸۸	صادرات	۶۹۱۱۸
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۲۴۰۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۲۴۵۸
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	۲۲۶۸

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	صادرات	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
	مجموع	۴۰۳۳۵۸
	واردات	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)
		در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)
		سایر اشیاء که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک
		مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
		۳۵۴
	مجموع	۶۵۶۳۱۷۴

بنابر داده‌های صادراتی مشخص شده در جدول ۴-۱۲، مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و ترکیه به صورت دوطرفه جریان داشته است. به عبارت دیگر، در طی ۵ سال گذشته، در قبال صادرات محصولات صنایع دستی به کشور ترکیه، وارداتی نیز در حوزه کالاهای صنایع دستی به کشور ایران صورت پذیرفته است. تنها در سه ماهه نخست سال ۹۳ تعامل تجاری به صورت صادرات صرف از کشور ایران به ترکیه بوده است. نگاره ۴-۱۲ به طور روشن، سطح صادرات و واردات صنایع دستی را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۱۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ترکیه

همان‌طور که در نگاره ۴-۱۲ مشخص شده است، واردات محصولات صنایع دستی از کشور ترکیه به ایران به خصوص در سه سال اول دوره زمانی ۸۹-۹۳ نسبت به صادرات کالاهای صنایع دستی ایران به ترکیه از ارزش دلاری بیشتری برخوردار است. به خصوص در سال ۹۰ که میزان واردات در بیشینه خود قرار دارد (حدود ۱۴ میلیون دلار). اما میزان صادرات صنایع دستی در بیشترین میزان خود در دوره زمانی ۵ ساله، از ۶۰۰ هزار دلار فراتر نرفته است. روند صادرات در طول دوره ۵ ساله نیز با فراز و نشیب‌هایی سطحی مواجه بوده است.

این در حالی است که میزان واردات در مدت زمان مشابه، تغییرات کاملاً محسوسی داشته است. به طوری که ارزش دلاری واردات در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۹ با افزایشی قابل ملاحظه همراه بوده است. با وجود کاهش سطح واردات در سال ۹۱، میزان ارزش دلاری پرداختی بابت واردات از ارز دریافتی صادرات بیشتر است. اما در دو سال اخیر (سال ۹۲ و سه ماهه اول سال ۹۳) میزان واردات با کاهشی چشمگیر روبرو بوده است. چنان‌که در این دوره دو ساله، میزان صادرات صنایع دستی از واردات این کالاها فزونی یافته است. امید است روند فزونی صادرات بر واردات در سال جاری و سال‌های آتی ادامه یابد.

به علاوه، با توجه به جدول ۴-۱۲ می‌توان مطرح کرد که انواع محصولات شیشه‌ای، سفالی، سرامیکی، مسی و چوبی مورد تقاضای خریداران کشور ترکیه قرار گرفته است. از سوی دیگر، تقریباً همین طیف محصولات (به جز محصولات سفالی) از سوی کشور ترکیه به ایران وارد می‌شود. لازم به ذکر است، محصولات وارد شده از ترکیه از تنوع کاربردی بالاتری برخوردار است.

#### ۴-۱-۱۳ بازار هدف صادراتی کشور چین

با توجه به غلبه بخش روستایی در کشور پرجمعیت چین، صنایع مناسب در قالب صنایع کوچک در این کشور مستقر شده است و این مورد یکی از اولویت‌های سیاست توسعه اقتصادی چین است. در این میان، صنایع دستی به عنوان یکی از بخش‌های مهم صنعت چین از رشد بالایی برخوردار بوده است. به طوری که مشاهده می‌شود میزان صادرات این گروه کالاها به کشورهای مختلف جهان از جمله ایران دارای حجم بالایی است. جدول ۴-۱۳ مراودات بازرگانی کشور ایران و چین را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.



جدول ۴-۱۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور چین در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات	۳۹۲۰
	مجموع	۳۹۲۰
	واردات	۴۰۱۸۷
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب
		۲۰۲۹۲
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
		۱۱۸۰۳
		مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		۵۷۵۹
		مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق و مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم
		۴۸۴۹
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب‌زده
۱۳۹۲	صادرات	۱۴۷۷
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی
	واردات	۱۴۰۷
		سایر اشیای شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین
	مجموع	۸۵۷۷۴
	صادرات	۵۳۹۲۰
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده
	مجموع	۲۱۰
		سایر اشیای از سرامیک
	واردات	۵۴۱۳۰
		۶۹۹۳۴
		چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
		۶۱۳۴۷
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب
		۵۷۰۷۰
		مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		۳۸۴۱۹
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی
		۲۲۷۲۹
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی
		۲۲۱۰۱
		صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده
		۱۶۷۲۱
		مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		۸۲۰۹
		کارد با تیغه ثابت (غیر از کاردهای سر میز)
		۴۰۸۴
		مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال

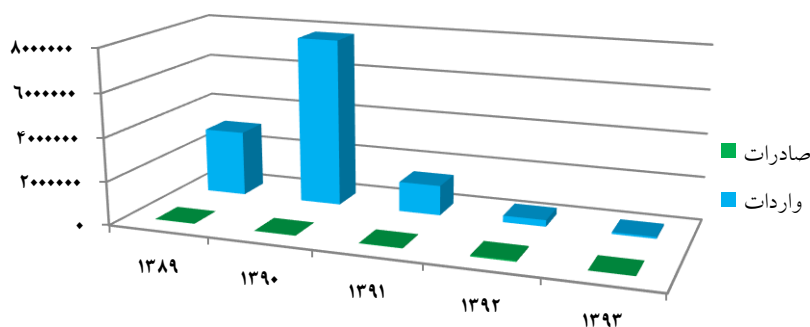
سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	واردات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
		۲۹۳۷
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب زده
		۱۰۴۵
۱۳۹۱	واردات	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزیین
		۸۲۴
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب زده
		۵۷۱
مجموع		۳۰۵۹۹۱
۱۳۹۱	صادرات	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		۱۹۱۴۴
		مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال
		۵۱۶
مجموع		۱۹۶۶۰
۱۳۹۱	واردات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
		۵۷۹۰۶۶
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)
		۲۱۱۸۹۸
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی
		۷۰۵۹۸
		مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		۸۳۶۸۴
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی بدون تزیین
		۷۵۲۲۱
		مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		۷۴۳۹۷
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعاب زده
		۶۸۱۸۰
		در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)
		۶۴۴۶۲
		سایر اشیا از سرامیک
		۲۵۵۱۶
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب
		۲۶۶۰۷
		سایر اشیا که در جای دیگر ذکر نشده از سفال
		۱۸۴۶۰
		سایر اشیا از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده
		۲۵۵۷۰
		سایر اشیا از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین، صنایع دستی
		۲۰۷۸۲
		ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزیین
		۱۰۱۵۸
		مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی
		۲۰۰۳۲
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب
		۵۹۹۴
		سایر مصنوعات از مس، قلم‌زنی
		۳۱۲۴

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	واردات	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
		کاشی یا سرامیک نقاشی شده
		رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		کارد (غیر از کاردهای دارای تیغه ثابت) هم‌چنین چاقو تاشو باغبانی
		مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال
		صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت
	مجموع	۱۳۹۰۰۷۱
۱۳۹۰	صادرات	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی
	مجموع	۱۳۲۳۰
	واردات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی، بدون تزیین
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ...)
		مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم، برای سرویس میز یا آشپزخانه
		اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سرامیک، بدون لعاب
		ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده
		مصنوعات سبده و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی
		اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده
		اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال، بدون لعاب
		مصنوعات سبده و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از سایر مواد گیاهی غیرمذکور به جز صنایع دستی کپوبافی
		ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزیین
		سایر اشیای سرامیک
		چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
		مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...)

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	واردات	۳۸۲۴۰ صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت
		۳۴۱۳۱ مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		۳۱۸۵۵ مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		۲۹۳۹۵ ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین
		۱۶۲۲۴ مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال
		۱۴۱۶۸ صنایع دستی شامل کپوبافی از نخل رونده
		۵۰۵۸ سایر اشیا از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین
		۷۳۲ صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده
		۹۶ سایر اشیا از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی‌شده، تراش‌خورده
		۷۷۷۰۹۵۱ مجموع
۱۳۸۹	صادرات	۱۵۴۸۰ سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده
	مجموع	۱۵۴۸۰
	واردات	۱۰۶۲۵۹۷ مبلمان صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)
		۷۰۹۲۶۱ سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش‌خورده
		۴۵۳۶۹۴ سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی بدون تزیین
		۲۵۵۰۸۷ در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)
		۱۶۰۸۹۰ ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزیین
		۹۹۶۶۶ اشیای سر میز سرامیک، لعاب زده
		۶۵۲۷۲ مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی
		۵۹۶۲۹ مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		۵۴۰۶۰ مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		۳۸۹۴۶ اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سرامیک، بدون لعاب
		۱۹۲۹۹ کارد با تیغه ثابت (غیر از کاردهای سر میز)
		۱۶۲۵۶ سایر اشیا از سرامیک

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	واردات	۱۷۱۱۵
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۷۸۶۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۵۸۰۹
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۵۸۲۰
	سایر اشیای از سفال	۳۳۶۸
	پنجره آغشغه (French Window) و چهارچوب و دوره آنها از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۲۳۹۹
	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۱۵۶
	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	۱۳۹۸
	مجموع	۳۰۴۰۵۸۲

همان‌طور که در جدول ۴-۱۳ مشاهده می‌شود، بیشتر تعاملات میان ایران و چین یک سویه و از چین به ایران است. به عبارت دیگر، در طی ۵ سال اخیر، به طور معمول میزان واردات از صادرات فزونی یافته است. نگاره ۴-۱۳ مرادوات بازرگانی میان این دو کشور را بر اساس ارزش دلاری مبادلات نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۱۳ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور چین

بدین ترتیب مشخص می‌شود که میزان واردات بخصوص در سال ۹۰ از حجم بالایی برخوردار بوده است. البته بعد از سال ۹۰ تا ۳ ماهه اول سال ۹۳ این میزان کاهش قابل ملاحظه‌ای یافته است.

از سوی دیگر، همان‌طور که در جدول ۴-۱۳ مشخص شده است، صادرات صنایع دستی به چین فقط در محدوده کالاهای تولیدی از سرامیک و مس است، این در حالی است که واردات صورت پذیرفته، دامنه وسیعی از کالاهای سرامیکی، شیشه‌ای،

چوبی، حصیربافی، کپوبافی، کارد و سفال را در برمی‌گیرد. این مورد تفکر تجاری چین و سرمایه‌گذاری آنها بر روی طیف گسترده‌ای از صنایع دستی را نشان می‌دهد.

به طور کلی، با نگاه بر اقلام وارد شده می‌توان چنین مطرح کرد که کشور ایران در هر یک از موارد دریافتی دارای سابقه‌ای طولانی و قدرت تولیدی بالایی است. در حالی که همین اقلام در حجم عظیم و با ارزش دلاری بالا وارد کشور می‌شود. این مورد نه تنها باعث آسیب صنایع دستی ایران می‌شود، بلکه تراز بازرگانی کشور را نیز منفی می‌کند. زیرا حجم دلار زیادی به منظور وارد کردن این کالاها از کشور خارج می‌شود و در مقابل دریافتی ارزی چندانی نیز حاصل نمی‌شود. هر چند در دو سال گذشته، از میزان واردات کاسته شده است، ولیکن برنامه‌ریزی جامع و سرمایه‌گذاری خاصی در جهت افزایش صادرات صورت نگرفته است؛ چنانکه اقلام صادراتی تغییر قابل ملاحظه‌ای نکرده است.

#### ۴-۱-۱۴ بازار هدف صادراتی کشور روسیه

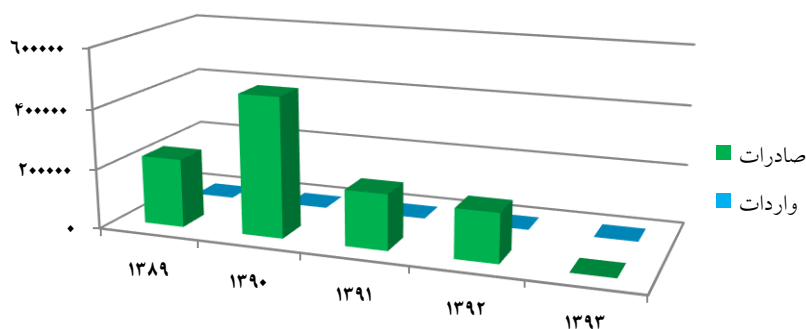
تنوع صنایع دستی در کشور روسیه بالاست؛ به طوری که محصولات صنایع دستی این کشور، توجه گردشگران خارجی را به خرید برخی اقلام از قبیل عروسک‌های چوبی، گردنبند و دستبندهایی از جنس کهربا، پوشاک تهیه شده از جنس پوست، کریستال‌های تزئینی، ظروف سرامیکی با طراحی روسی و ... جلب می‌کنند. جدول ۴-۱۴ مرادوات بازرگانی کشور ایران و روسیه را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور روسیه در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۱۶۹۱۸
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۲۲۸۰۰
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۱۲۸۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۴۹۵۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۵۸۷
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۲۱۱۲
	مجموع	۱۶۳۱۶۷
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۷۹۴۰۴
	سایر اشیاء که در جای دیگر ذکر نشده از سفال	۴۲۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۵۴۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۹۷۸

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	مجموع	۱۸۵۱۲۲
۱۳۹۰	صادرات	۴۶۰۵۴۵
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۴۱۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۴۶۴۶۴۵
۱۳۸۹	مجموع	۱۴۳۸۴۵
	صادرات	۲۵۰۶۱
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۲۰۹۶۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۱۹۳۱۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۱۶۷۰۱
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۳۰۰۰
	سایر اشیای سفال	۲۲۸۸۷۵
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	

با نگاهی کلی به جدول ۴-۱۴ می‌توان چنین استنباط کرد که رابطه بازرگانی در زمینه محصولات صنایع دستی میان دو کشور ایران و روسیه طی ۵ سال گذشته تنها یک‌طرفه و به صورت صادرات کالاهای ایرانی به کشور روسیه بوده است. به طوری‌که در این مدت هیچ‌گونه اقلام وارداتی در گروه کالاهای صنایع دستی از این کشور ثبت نشده است. ارتباطات بازرگانی میان این دو کشور در نگاره ۴-۱۴ نشان داده شده است.



نگاره ۴-۱۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور روسیه

نگاره ۴-۱۴ به طور آشکار نشان می‌دهد که صادرات محصولات صنایع دستی به کشور روسیه در سال ۹۰ به طور چشمگیری افزایش یافته و آنگاه با کاهشی قابل توجه در سال ۹۱ همراه بوده است. البته در سال ۹۲ افزایشی هر چند اندک در صادرات این گونه اقلام صورت گرفته است؛ به طوری که روند کاهشی گذشته ادامه پیدا نکرده است. ولیکن در سه ماهه نخست سال ۹۳ مراوده بازرگانی میان این دو کشور انجام نشده است.

به علاوه، بررسی کالاهای صادراتی به کشور روسیه (جدول ۴-۱۴) نشان می‌دهد که انواع محصولات ساخته شده از شیشه، چوب، مس و سفال مورد تقاضا بوده است. البته ارزش دلاری صادرات این اقلام مشخص می‌سازد که کالاهای اصلی صادراتی به کشور روسیه شامل محصولات شیشه‌ای است و سایر محصولات در حجمی اندک خریداری شده است. در ضمن، منظور از کالاهای شیشه‌ای در این بخش، محصولاتی است که با مقاصد آشپزخانه‌ای تولید شده است. در واقع، گرایش اصلی خریداران روسی در زمینه کالاهای صنایع دستی ایران به این طیف از محصولات محدود می‌شود.

#### ۴-۱-۱۵ بازار هدف صادراتی کشور ژاپن

با توجه به سوابق هنری ژاپن و پیشرفت خیره‌کننده صنعتی این کشور طی دهه‌های اخیر، این واقعیت را باید پذیرفت که اصولاً در ژاپن مرز مشخصی میان هنر و صنایع دستی وجود ندارد و اگر امروزه جوانان زیادی به کار صنایع دستی می‌پردازند، در حقیقت در پی تجسم احساسات خود هستند. تنوع و زیبایی رشته‌های گوناگون صنایع دستی این کشور، علی‌رغم توسعه روزافزون صنعت، نظیر سرامیک، کارهای لاک، بامبو بافی، کاغذسازی، ساخت فرآورده‌های چوبی و فلزی اعجاب‌انگیز است. جدول ۴-۱۵ مراودات بازرگانی کشور ایران و ژاپن را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

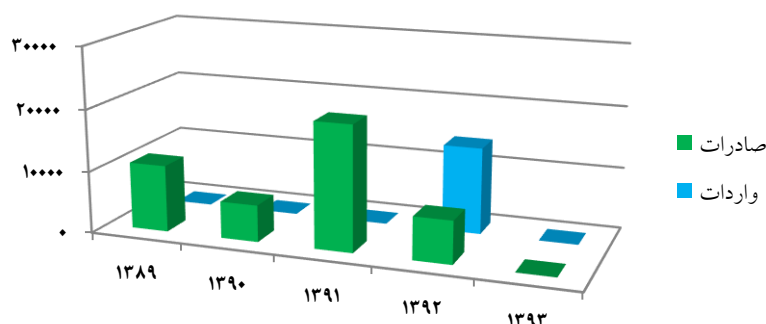
جدول ۴-۱۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ژاپن در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین
		سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده
	مجموع	۶۴۲۰
	واردات	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک
	مجموع	۴۸۰
۱۳۹۱	صادرات	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزاء و قطعات آن از مس، میناکاری شده
		مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده
		چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
		۱۴۰۰۰
		۱۴۰۰۰
		۱۴۴۰۰
		۳۷۰۰
		۱۸۰۰
		۲۰۰
		۴۰



سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	مجموع	۲۰۱۴۰
۱۳۹۰	صادرات	۵۹۲۰
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۱۲
	مجموع	۵۹۳۲
۱۳۸۹	صادرات	۱۰۸۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	
	مجموع	۱۰۸۰۰

با توجه به جدول ۴-۱۵ مشخص می‌شود که تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و ژاپن در ۵ سال گذشته عمدتاً به صورت صادرات محصولات ایرانی به کشور ژاپن بوده است. هر چند در سال ۹۲ حجم اندکی از کالاهای ژاپنی به ایران وارد شده است که در مقایسه با صادرات کالاهای ایرانی در همان سال مقدار بیشتری را شامل می‌شود. ولیکن، در سه ماهه نخست سال ۹۳ این واردات ادامه نیافته است. به طور کلی، صادرات کالاهای ایرانی در حوزه صنایع دستی به کشور ژاپن مقدار بسیار ناچیزی را دربر می‌گیرد که این مورد نشان می‌دهد صادرات انجام شده با برنامه‌ریزی منسجم قبلی صورت نگرفته است.



نگاره ۴-۱۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ژاپن

همان‌طور که در نگاره ۴-۱۵ نشان داده شده است، مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و ژاپن در طی ۵ سال گذشته با فراز و نشیب‌های متعددی مواجه بوده است. به طوری‌که در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۹ کاهش صادرات مشاهده می‌شود، ولیکن در سال ۹۱ افزایش قابل‌ملاحظه (در مقایسه با دو سال گذشته) در صادرات روی می‌دهد. البته روند افزایشی در سال ۹۲ دنبال نمی‌شود و در این سال میزان صادرات تقریباً به رقم صادراتی سال ۹۰ نزدیک می‌شود. در سه ماهه نخست سال ۹۳ نیز هیچ‌گونه ارتباط بازرگانی رسمی میان این دو کشور در حوزه صنایع دستی صورت نمی‌پذیرد.

بررسی اقدام صادراتی در جدول ۴-۱۵ نشان می‌دهد که طیف محصولات شیشه‌ای، مسی، سرامیکی، سفالی و چوبی مورد تقاضای خریداران ژاپنی بوده است. در مقابل کالاهای سرامیکی به صورت مجسمه و اشیای تزیینی به ایران وارد شده است. با

وجود اینکه حجم ناچیز معاملاتی میان این دو کشور مشاهده می‌شود، برنامه‌ریزی دقیق با هدف صادراتی مشخص می‌تواند کشور ژاپن را به یکی از بازارهای هدف صادراتی مبدل سازد.

#### ۴-۱-۱۶ بازار هدف صادراتی کشور عراق

شهرهای مختلف کشور عراق دارای صنایع دستی منحصر به فردی است. هر چند در طی سالیان گذشته به جهت مشکلات داخلی، رونق صنایع دستی خود را تا حدودی از دست داده است. جدول ۴-۱۶ مرادودات بازرگانی کشور ایران و عراق را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور عراق در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات	
	سایر اشیاء از سفال	۱۵۲۳۱۷۹
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۲۲۱۲۵۲
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۶۹۸۳۶
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۳۰۷۵۳
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۵۰۸۴
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۸۸۵۹
	مجموع	۲۰۶۸۹۶۳
۱۳۹۲	صادرات	
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۵۰۲۸۹۲۳
	سایر اشیاء از سفال	۴۹۸۵۳۱۲
	کاشی یا سرامیک معرق	۵۷۸۲۴۵
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۳۵۱۴۱۵
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۲۵۹۹۲۱
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۱۱۵۶۶
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۷۶۱۰۱
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۴۳۹۵۲
	مبل های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۱۰۴۸۰۱
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۵۲۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۵۴۴۰۰

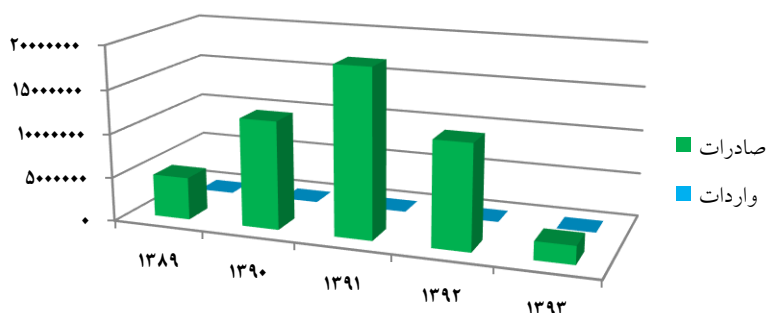
سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	<p>سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده ۱۵۲۰۰</p> <p>چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان ۱۳۵۴۴</p> <p>در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح) ۱۱۱۴۷</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی ۱۰۵۷۵</p> <p>مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک ۱۰۴۳۵</p> <p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه-ای بدون تزئین ۱۰۱۲۶</p> <p>سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی ۸۵۵۰</p> <p>مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی ۶۸۸۰</p> <p>مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی معرق و مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم برای سرویس میز یا آشپزخانه ۵۴۵۰</p> <p>صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت ۵۰۲۳</p> <p>مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال ۳۸۲۵</p> <p>مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و ...) ۳۶۴۷</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده ۲۵۲۰</p> <p>رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم ۱۱۵۲</p>
	مجموع	۱۱۸۴۲۱۷۵
۱۳۹۱	صادرات	<p>سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده ۱۱۵۷۰۱۹۴</p> <p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین ۳۵۴۰۸۷۰</p> <p>ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده ۲۰۶۳۹۱۰</p> <p>کاشی یا سرامیک نقاشی شده ۹۷۹۰۰۳</p> <p>مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....) ۱۵۵۵۳۱</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده ۱۰۸۴۲۶</p> <p>کاشی یا سرامیک معرق ۹۵۹۷۲</p> <p>اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی ۱۰۲۰۱۱</p>

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۱۰۰۲۵۶
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۳۹۶۴۵
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه-ای بدون تزئین	۵۰۰۵۵
	مصنوعات سبد و حصیری و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۶۸۳۲۳
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۲۵۱۵۴
	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۲۲۶۸۰
	سایر اشیای از سفال	۳۵۷۰۰
	صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده	۱۰۰۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۳۶۵۵
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم، منبت و...)	۹۴۰۸
	طلاآلات یا نقره‌آلات و اجزاء آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، حکاکی، قلمزنی شده	۹۷۳۵
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۶۹۲
مجموع		۱۹۰۰۲۲۲۰
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۴۶۸۵۱۳۸
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۴۱۷۱۴۷۹
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۹۷۳۹۵۱
	مصنوعات از مس به صورت قلمزنی	۴۸۸۷۰۰
	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده	۳۸۲۶۰۱
	اشیای سر میز، آشپزخانه سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۳۵۸۶۰۲
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۳۵۰۳۱۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۹۷۲۵۲
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه بدون تزئین	۱۱۳۲۵۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۶۴۳۰۶

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه- ای بدون تزئین	۱۸۴۵۱۶
	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	۶۶۳۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۳۲۲۶۴
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	۲۶۱۴۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۲۷۰۰۰
	سایر اشیاء که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک	۲۵۴۴۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۵۸۱۳
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۳۶۶
	سایر اشیاء از سفال	۲۷۰
	مجموع	۱۲۲۶۶۶۹۸
۱۳۸۹	واردات	۵۱۳۴
	مجموع	۵۱۳۴
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش- خورده	۲۱۹۳۳۱۳
	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده	۴۸۹۸۴۲
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۳۷۷۳۷۹
	سایر اشیاء از سرامیک	۳۴۰۹۴۴
	کاشی یا سرامیک نقاشی‌شده	۳۴۰۰۳۷
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی‌شده، تراش‌خورده	۲۷۴۶۹۲
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال، بدون لعاب	۲۰۸۳۲۶
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۷۹۹۸۰
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۱۳۲۸۶۴
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی بدون تزئین	۱۱۰۱۷۹
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۵۸۱۴۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه بدون تزئین	۵۰۹۴۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۲۴۴۲۳
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه- ای، بدون تزئین	۲۰۸۰۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۲۳۶۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۵۵۰۸
	سایر اشیای از سفال	۴۹۴۵
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۱۳۴۴
	مجموع	۴۸۲۶۰۱۶

با استناد به جدول ۴-۱۶ می‌توان چنین مطرح کرد که تعامل بازرگانی میان دو کشور ایران و عراق به طور عمده به صورت یکطرفه و صادرات صنایع دستی ایران به کشور عراق است. تنها در سال ۹۰، کالاهای صنایع دستی عراق با ارزش دلاری پایین به کشور ایران وارد شده است. بررسی مجموع ارزش دلاری بابت صادرات صنایع دستی نشان می‌دهد که ارزشهای دریافتی از محل صادرات محصولات صنایع دستی نسبت به سایر کشورها از میزان بالاتری برخوردار است. به طوری که می‌توان این کشور را به عنوان یکی از بهترین بازارهای هدف صادراتی نام برد.



نگاره ۴-۱۶ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور عراق

همان‌طور که در نگاره ۴-۱۶ نشان داده است، صادرات به کشور عراق طی سال‌های ۸۹ تا ۹۱ دارای روندی صعودی است. اما در سال ۹۲ این روند افزایش با کاهشی مواجه بوده است (حدود ۱۲ میلیون). البته این میزان صادرات نیز در مقایسه با ارقام صادراتی به سایر کشورها رقم قابل توجهی به شمار می‌رود. اما در سه ماهه نخست سال ۹۳ ارزش دلاری صادرات کاهش بسیاری داشته است. با شرایط خاصی که کشور عراق در سال ۹۳ با آن مواجه بوده است (اغتصابات و درگیری‌های سیاسی) انتظار این می‌رود که در ادامه سال نیز میزان صادرات رشد چشمگیری نداشته باشد.

#### ۴-۱-۱۷ بازار هدف صادراتی کشور عربستان

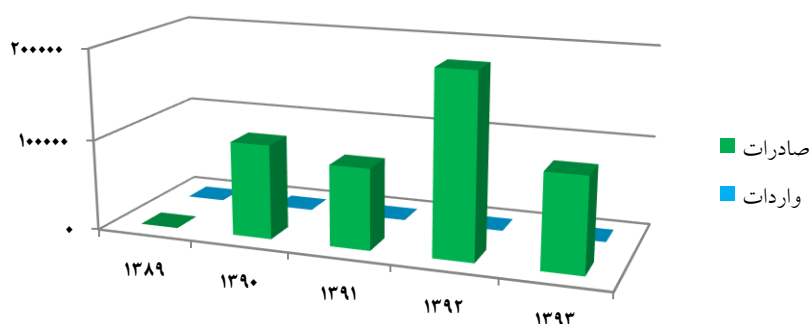
صنایع دستی عربستان شامل حصیر و سبدهایی با استفاده از برگ درخت خرما، سفال‌گری با خاک رس برای تهیه کوزه آب و برخی ظروف، عبابافی با استفاده از کرک شتر، بافت چادر و خیمه با کاربرد موی بز و ساخت زیورآلات محلی از نقره و مس

است. مراکز اصلی این فعالیت‌ها، در طایف و شهرهای مجاور یمن نظیر اباسعود و الوادیه، و هم‌چنین شهرهای الجلوه و البادی در جنوب پایتخت است. به علاوه، صنعت دستی قابل توجه عربستان که تا حدی جنبه تزیینی دارد و در نمای خارجی ساختمان‌ها به کار می‌رود، نوعی گره چینی چوب نظیر مشبک‌کاری است که فواصل خطوط طرح‌ها را با قرار دادن شیشه‌های رنگی تزیین می‌کنند. جدول ۴-۱۷ مرادوات بازرگانی کشور ایران و عربستان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۷ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور عربستان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات	کاشی یا سرامیک نقاشی شده
	واردات	کاشی یا سرامیک معرق
	مجموع	۱۰۳۲۳۳
۱۳۹۲	صادرات	کاشی یا سرامیک نقاشی شده
	واردات	کاشی یا سرامیک معرق
	مجموع	۱۹۸۶۹۶
۱۳۹۱	صادرات	کاشی یا سرامیک نقاشی شده
	واردات	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی
	مجموع	۸۸۷۳۷
۱۳۹۰	صادرات	کاشی یا سرامیک نقاشی شده
	واردات	کاشی یا سرامیک معرق
	مجموع	۱۰۳۳۴۹

بررسی داده‌های آماری صادرات صنایع دستی در طی سال‌های ۸۹-۹۳ نشان می‌دهد که رابطه بازرگانی میان دو کشور ایران و عربستان به صورت صادرات صرف محصولات صنایع دستی ایران به کشور عربستان است. البته میزان صادرات نیز رقم قابل توجهی را به خود اختصاص نمی‌دهد و به ندرت به سطح ۲۰۰ هزار دلار می‌رسد.



نگاره ۴-۱۷ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور عربستان

بنابر نگاره ۴-۱۷، میزان صادرات صنایع دستی به کشور عربستان در طی سال‌های ۸۹ تا ۹۳ با فراز و فرودهای متعددی مواجه بوده است. به طوری که در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۹ ارزش دلاری صادرات با رشد قابل توجهی برخوردار بوده است. اما در سال ۹۱ میزان صادرات کاهش اندکی داشته است و مجدداً در سال ۹۲ سطح صادرات دارای افزایش چشمگیری بوده است (تقریباً ۲۰۰ هزار دلار). همچنین در سه ماهه نخست سال ۹۳ نیز ارزش دلاری صادرات در سطح بالایی است و پیش‌بینی می‌شود که در ادامه سال ۹۳، روند صعودی همچنان ادامه یابد.

به طور کلی، با توجه به اقلام صادراتی مندرج در جدول ۴-۱۷، عمده صادرات محصولات صنایع دستی در گروه محصولات سرامیکی بوده است. البته در سال ۹۱، صادرات کالاهای مسی (حدود ۵ هزار دلار) نیز صورت پذیرفته است. به نظر می‌رسد کشور عربستان، یکی از بازارهای هدف صادرات محصولات سرامیکی به شمار می‌رود که نیازمند برنامه‌ریزی منسجم و نگاهی دقیق به این حوزه است.

#### ۴-۱-۱۸ بازار هدف صادراتی کشور قزاقستان

ویژگی چند قومیتی کشور قزاقستان در هنر و فرهنگ این کشور بازتاب یافته است. به طوری که فعالیت‌های فرهنگی و هنری این کشور در دو گستره سنتی و غربی دسته‌بندی می‌شوند. صنایع دستی این کشور در گروه فرهنگ و هنر سنتی قرار دارد که در طول قرن‌ها در این سرزمین به حیات خود ادامه داده و پیشرفت کرده است. جدول ۴-۱۸ ارتباطات بازرگانی کشور ایران و قزاقستان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۸ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور قزاقستان در حوزه صنایع دستی

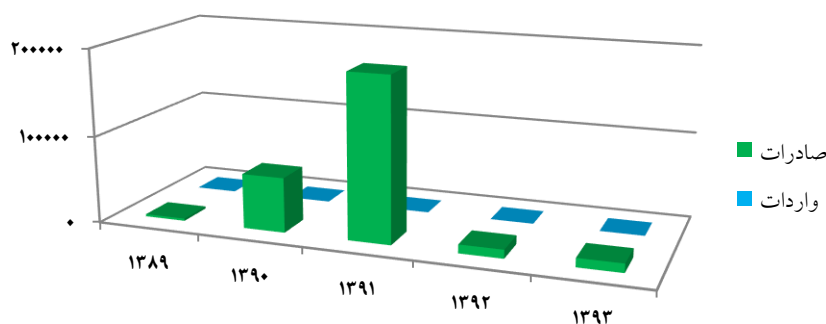
سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۰۲۷۵
	مجموع	۱۰۲۷۵
۱۳۹۲	صادرات مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۱۰۰۱۰
	مجموع	۱۰۰۱۰
۱۳۹۱	صادرات سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۷۷۷۲۹
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۴۵۰۰
	سایر اشیاء از سرامیک	۴۱۲۵
	اشیاء سر میز، آشپزخانه، سایر اشیاء خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۶۵۰
	مجموع	۱۸۷۰۰۴
۱۳۹۰	صادرات چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیاء چوبی، مبلان	۵۳۷۰۲



سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	صادرات	۹۲۱۸
	مجموع	۶۲۹۲۰
۱۳۸۹	صادرات	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده
	مجموع	۱۸۴۰
	صادرات	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک
۱۳۸۹	مجموع	۷۲۰
	مجموع	۲۵۶۰

همان‌طور که در جدول ۴-۱۸ مشاهده می‌شود مراودات بازرگانی ایران با کشور قزاقستان به صورت صادرات صرف کالاهای صنایع دستی ایران به کشور قزاقستان است. به عبارت دیگر، بنابر اطلاعات گمرک ایران، در طی ۵ سال گذشته، از کشور قزاقستان و در حوزه صنایع دستی وارداتی به کشور ایران صورت نپذیرفته است.

نگاره ۴-۱۸ به طور مشهود روند صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور قزاقستان را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این نگاره مشخص شده است، در طی ۳ سال اول (۸۹ تا ۹۱)، صادرات محصولات با روند افزایشی همراه بوده است. به طوری که این حالت صعودی در سال ۹۲ میزان قابل توجهی نسبت به سال ۹۱ به شمار می‌رود. ولی در سال ۹۲ به یکباره خط روند با کاهشی شدید مواجه می‌شود و به عبارتی ۱۶ مرتبه میزان صادرات کاهش می‌یابد. البته در ۳ ماهه نخست سال ۹۳، به نظر می‌رسد که این کاهش تا حدودی جبران شود. زیرا میزان ارزش دلاری این دوره سه ماهه با کل صادرات سال ۹۲ تقریباً برابری می‌کند و امید است در ادامه سال، فرصت از دست رفته صادرات در سال اخیر جبران شود.



نگاره ۴-۱۸ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور قزاقستان

به علاوه، با توجه به جدول ۴-۱۸ مشخص می‌شود که موارد صادراتی شامل محصولات شیشه‌ای، چوبی، سرامیکی و سفالی است. البته در این میان، محصولات شیشه‌ای بیشتر مورد تقاضای خریداران قزاقستانی قرار گرفته است. به طوری که تقریباً در طی ۵ سال گذشته، حجم وسیعی از صادرات محصولات صنایع دستی به این کشور، محصولات ساخته شده از شیشه را در بر می‌گیرد.

۴-۱۹ بازار هدف صادراتی کشور قطر

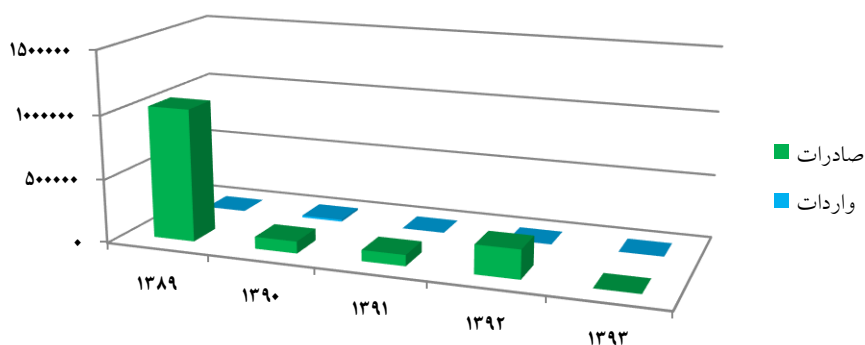
قطر کشوری در جنوب غربی قاره آسیاست و در بخش جنوبی خلیج فارس واقع شده است. این کشور از دیرباز از صنایع دستی غنی برخوردار بوده است. جدول ۴-۱۹ مرادفات بازرگانی کشور ایران و قطر را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱۹ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور قطر در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات	۱۱۲۵
	مجموع	۱۱۲۵
۱۳۹۲	سایر اشیاء که درجای دیگر ذکر نشده از سفال	۱۳۲۵۰۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۵۳۳۸۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۷۹۳۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۲۶۰۱
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۹۲۸۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۹۲۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۱۱۰۶
	مجموع	۲۲۸۷۲۱
۱۳۹۱	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۳۹۸۰۱
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۱۳۹۵۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۸۶۵۴
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۸۴۳۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۹۵۸
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۲۸۸۰
	مجموع	۸۷۶۷۳
۱۳۹۰	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۴۳۰۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۲۹۸۰۵
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۸۵۵۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۵۶۷۶
	سایر اشیاء از سفال	۲۴۲۹

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده
	مجموع	۵۴۰۰
	واردات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده
	مجموع	۹۴۸۶۰
۱۳۸۹	صادرات	چوب خاتم کاری شده و منبت کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
	صادرات	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده
	صادرات	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی
	صادرات	سایر اشیای از سفال
	مجموع	۹۶۴۳۷۵
		۷۲۳۲۶
		۲۴۰۰
		۴۰۸
	مجموع	۱۰۳۹۵۰۹

با توجه به جدول ۴-۱۹ می‌توان چنین مطرح کرد که بیشتر تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و قطر، یک‌طرفه و به صورت صادرات کالاهای صنایع دستی ایران به کشور قطر است. البته در این میان در سال ۹۰ واردات اقلام صنایع دستی قزاقستان شامل ظروف شیشه‌ای به ایران صورت پذیرفته است. ولی ارزش دلاری این واردات میزان قابل توجهی را در بر نمی‌گیرد. نگاره ۴-۱۹، ارتباط بازرگانی میان این دو کشور را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۱۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور قطر

همان‌طور که در نگاره ۴-۱۹ نشان داده شده است، صادرات صورت پذیرفته به کشور قطر در سال ۸۹ در حد بیشینه خود قرار دارد. اما در سال‌های بعد این میزان به شدت کاهش یافته است. این روند نزولی تا سال ۹۲ ادامه دارد تا اینکه در این سال، میزان صادرات تا حدودی نسبت به دو سال گذشته افزایش یافته است. البته مجدداً میزان صادرات در سه ماهه نخست با کاهش

مواجهه شده است. به طوری که صادرات در این دوره زمانی تقریباً ۱۰۰۰ دلار بوده است. امید است در ادامه سال، ارزش دلاری صادرات محصولات صنایع دستی به میزان قابل توجهی برسد.

به علاوه، با استناد به جدول ۴-۱۹ مشخص می‌شود که کالاهای صادراتی به کشور قطر شامل محصولات سفالی، چوبی، مسی، سرامیکی و شیشه‌ای است. البته در سال‌های مختلف، تقاضای اصلی کالاهای صنایع دستی متفاوت بوده است. به طوری که در سال ۸۹ حجم وسیعی از صادرات دربرگیرنده محصولات چوبی بوده است، این در حالی است که در سال ۹۰، محصولات مسی بیشتر مورد توجه خریداران قطری قرار گرفته است. در سال ۹۱، کالاهای سرامیکی بخش بزرگی از صادرات را به خود اختصاص داده است. هر چند تا حدودی صادرات شامل محصولات چوبی و مسی نیز بوده است. محصولات سفالی و تا حدودی محصولات چوبی نیز در سال ۹۲ مورد تقاضا قرار گرفته است و در نهایت در سه ماهه نخست سال ۹۳، به میزان بسیار اندکی صادرات محصولات سفالی صورت پذیرفته است. با توجه به این موارد می‌توان به عدم برنامه‌ریزی دقیق و منسجم در حوزه صادرات صنایع دستی پی برد. به طوری که جایگاه نیازسنجی، بخش بندی و جایگاه یابی محصولات صنایع دستی در بازارهای مختلف به وضوح مشخص می‌شود.

#### ۴-۱-۲۰ بازار هدف صادراتی کشور کویت

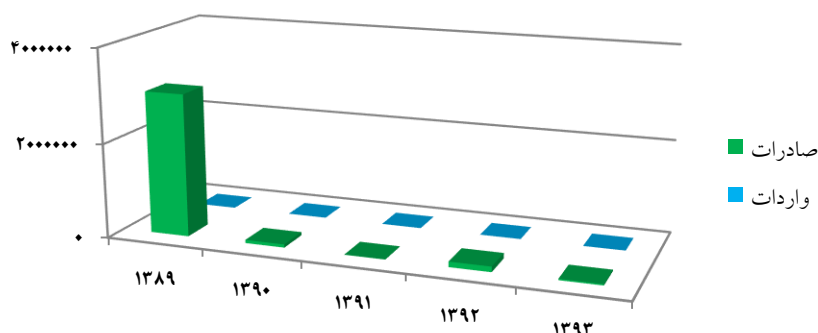
کویت کشوری در منطقه خاورمیانه است که از طریق خلیج فارس، دارای مرزهای آبی با ایران است و از موقعیت تجاری مناسبی در منطقه برخوردار است. صنایع دستی این کشور نیز، بخشی از اقتصاد کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد. جدول ۴-۲۰ تعاملات بازرگانی کشور ایران و کویت را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۰ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور کویت در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۲۲۰۳۲
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۲۳۹۴
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۱۲۴
	مجموع	۲۶،۵۵۰
۱۳۹۲	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۶۵۷۱۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۲۱۷۱۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۱۳۶۲۰
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۳۲۰۷
	مجموع	۱۱۴۲۴۷
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۲۱۷۵
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۵۶۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	۲۲۵
	مجموع	۳۹۶۰
۱۳۹۰	صادرات	۳۳۷۵۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۹۵۵۱
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۱۳۶۰۰
	مجموع	۶۶۹۰۱
۱۳۸۹	صادرات	۳۰۲۱۱۲۴
	مجموع	۳۰۲۱۱۲۴

با استناد به جدول ۴-۲۰ می‌توان چنین ذکر کرد که تعاملات بازرگانی میان ایران و کویت تنها در برگیرنده صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور کویت است. در واقع، آنچه از بررسی داده‌های ارایه شده از گمرک ایران حاصل می‌شود، نشان‌دهنده این است که در ۵ سال گذشته، صنایع دستی کشور کویت به ایران وارد نشده است. در نگاره ۴-۲۰، تعاملات بازرگانی میان این دو کشور در قالب نمودار مشخص شده است.



نگاره ۴-۲۰ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور کویت

هم‌چنین، همان‌طور که در نگاره ۴-۲۰ مشهود است، صادرات صنایع دستی ایران به کشور کویت در سال ۸۹ در بیشترین مقدار خود است. میزان ارزش دلاری صادرات در این سال نسبت به صادرات به کشورهای دیگر نیز بیشتر به نظر می‌رسد. اما در سال‌های آتی، صادرات اقلام ایرانی در حوزه صنایع دستی به این کشور به شدت کاهش یافته است. البته در طی این ۴ سال میزان صادرات این محصولات با نوساناتی مواجه بوده است. ولی حتی در بیشترین میزان خود نیز فاصله بسیاری با رقم صادراتی سال ۸۹ دارد.

از سوی دیگر، بررسی اقلام صادراتی در جدول ۴-۲۰ مشخص می‌کند که در طی ۵ سال گذشته، محصولات ساخته شده از شیشه، چوب، سرامیک، سفال و مس مورد تقاضای خریداران کویت قرار گرفته است. نگاهی دقیق‌تر به این داده‌های نشان می‌دهد که در سال ۸۹، محصولات چوبی به تنهایی بیش از ۳ میلیون دلار ارزش دریافتی به دنبال داشته است. ولی در سال‌های آتی، صادرات این محصولات با فرصت بسیار کمتری همراه بوده است. به علاوه، در طول ۴ سال گذشته، محصولات شیشه‌ای بیشتر مورد توجه خریداران این کشور قرار گرفته است. هر چند میزان ارزش دلاری از صادرات این محصولات هرگز به مانند صادرات محصولات چوبی در سال ۸۹ نبوده است. به طوری‌که حتی مجموع صادرات ۴ سال گذشته نیز به میزان ارزش دلاری صادرات محصولات چوبی در سال ۸۹ نزدیک نمی‌شود.

#### ۴-۱-۲۱ بازار هدف صادراتی کشور گرجستان

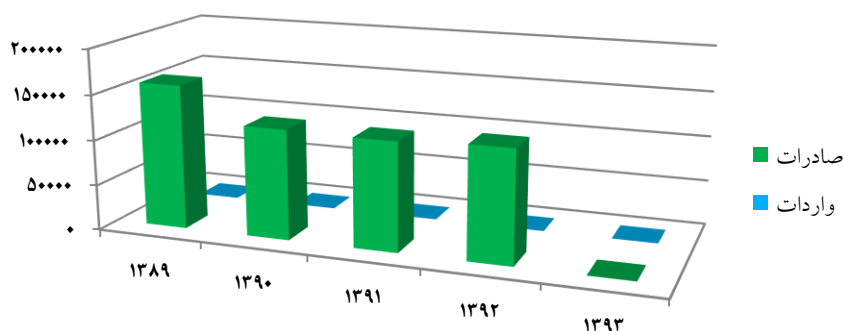
صنایع دستی گرجستان در عین زیبایی، از تنوع بالایی نیز برخوردار است. مهم‌ترین صنایع دستی این کشور شامل انواع فرش، گلیم و جاجیم در طرح‌ها و رنگ‌های مختلف (بیشتر رنگ قرمز)، ظروف سفالی تزیینی، خنجر و شمشیرهای تزیینی، لباس‌های محلی گرجی، کلاه نم‌دی، و مجسمه (اشکال حیوانات، صلیب یا قدیسین مهم در دین ارتدوکس گرجستان) هستند. جدول ۴-۲۱ تعاملات بازرگانی کشور ایران و گرجستان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور گرجستان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۵۷۰
	مجموع	۵۷۰
۱۳۹۲	صادرات سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۹۱۱۰۷
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۲۹۴۸۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۲۷۳۲
	مجموع	۱۲۳۳۱۹
۱۳۹۱	صادرات سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۹۵۵۵۸
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۴۲۵۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزیین	۶۱۶۷
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۹۵۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	مجموع	۱۱۹۴۶۷
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۱۳۵۳۷
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۶۳۲۳
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۱۲۴۸
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۲۲۸
	مجموع	۱۲۱۳۳۶
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۴۵۳۷۶
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۱۴۰۶۱
	مجموع	۱۵۹۴۳۷

با توجه به جدول ۴-۲۱ می‌توان چنین مطرح کرد که ارتباطات بازرگانی میان دو کشور ایران و گرجستان در حوزه صنایع دستی در طول ۵ سال گذشته، صرفاً به صورت صادرات محصولات ایران به کشور گرجستان بوده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، در طی سال‌های ۸۹ تا سه ماهه نخست سال ۹۳، ورود اقلام صنایع دستی گرجستان به ایران در گمرک ایران ثبت نشده است. نگراره ۴-۲۱ به طور آشکار، معاملات بازرگانی میان این دو کشور را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۲۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور گرجستان

با توجه به این نگراره می‌توان چنین ذکر کرد که بیشینه صادرات به این کشور در سال ۸۹ بوده است. به طوری که در سال ۹۱ با کاهشی اندک مواجه شده است و مجدداً در سال ۹۱ مسیر صادرات تغییر یافته است و افزایش هر چند اندک در ارزش دلاری صادرات صنایع دستی به کشور گرجستان صورت پذیرفته است. این روند افزایشی تا سال ۹۲ دنبال شده است، ولی به میزان بیشینه خود در سال ۸۹ نزدیک نشده است. نکته قابل توجه، ارزش دلاری بسیار اندک صادرات محصولات صنایع دستی به

کشور گرجستان در سه ماهه نخست سال ۹۳ است (حدود ۶۰۰ دلار). امید است در ادامه سال ۹۳، در این زمینه برنامه‌ریزی‌های منسجمی صورت پذیرد تا جبران فرصت‌های از دست رفته در صادرات محصولات صنایع دستی به کشور گرجستان باشد.

به علاوه، بررسی محصولات صادر شده به کشور گرجستان در جدول ۴-۲۱ مشخص می‌کند که طیف محصولات شیشه‌ای، چوبی و سرامیکی مورد توجه خریداران گرجستان بوده است. البته با نگاهی دقیق‌تر در داده‌های آماری می‌توان چنین مطرح کرد که در میان محصولات صادر شده، کالاهای ساخته شده از شیشه، به صورت ظروف شیشه‌ای، با استقبال بیشتری از سوی واردکنندگان کشور گرجستان مواجه بوده است.

#### ۴-۱-۲۲ بازار هدف صادراتی کشور لبنان

کشور لبنان از تاریخی غنی در حوزه صنایع دستی برخوردار است. این کشور به منظور نشان دادن چنین فرهنگ پربراری، از تاریخ ۳۰ نوامبر ۲۰۱۲ تا ۳۱ مارس ۲۰۱۳ اقدام به برگزاری نمایشگاهی با عنوان "جاذبیت لبنان: شصت قرن تاریخ ادیان، هنر و باستان‌شناسی" کرده است که در آن با نمایش ۲۷۷ قطعه از محصولات صنایع دستی، درصدد معرفی این تاریخچه پرفرغ به سایر کشورها بوده است. این مورد یکی از تبلیغات مبتکرانه‌ای است که با هدف دوگانه معرفی و ترغیب، جهت ارتقای صنعت دستی در کشور لبنان صورت پذیرفته است. جدول ۴-۲۲ مرادوات بازرگانی کشور ایران و لبنان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور لبنان در حوزه صنایع دستی

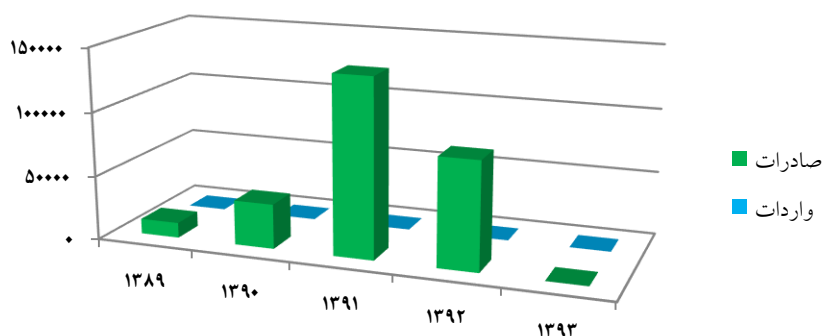
سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۶۰۴۸۰
	سایر اشیا از سفال	۱۳۰۹۴
	سایر اشیا از سرامیک	۱۰۴۲۰
	مجموع	۸۳۹۹۴
۱۳۹۱	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۸۸۶۶۵
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۹۶۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۷۹۲۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۶۴۱۳
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه - ای نقاشی شده، تراش خورده	۶۰۰۰
	مجموع	۱۳۸۵۹۸
۱۳۹۰	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۳۲۸۰۰



سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۷۵۸
	سایر اشیای از سرامیک	۲۴۴
	مجموع	۳۴۸۰۲
۱۳۸۹	زیور آلات یا جواهرآلات و اجزاء آنها از نقره به صورت سنتی، صنایع دستی مرصع	۱۰۰۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۸۰۰
	مجموع	۱۱۸۰۰

بنابر جدول ۴-۲۲، روابط بازرگانی میان دو کشور ایران و لبنان به صورت صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور لبنان است. به عبارت دیگر، در طول دوره زمانی ۵ ساله، وارداتی در حوزه صنایع دستی از کشور لبنان صورت نپذیرفته است. نگاره ۴-۲۲، میزان صادرات در طی این دوره زمانی را به روشنی نشان می‌دهد.

همان‌طور که در نگاره ۴-۲۲ مشاهده می‌شود، روند صادرات به کشور لبنان در سه ساله اول دوره زمانی ۸۹-۹۳، صعودی بوده است. به خصوص در سال ۹۱ نسبت به سال ۹۰ رشد چشمگیری مشاهده می‌شود (تقریباً ۴ برابر). اما در سال ۹۲ این روند افزایشی متوقف می‌شود و روند نزولی آغاز می‌شود. به طوری‌که در ۳ ماهه نخست سال ۹۳، صادراتی در حوزه صنایع دستی صورت نگرفته است. امید است در ادامه سال ۹۳ سطح صادرات به میزان بیشینه در سال ۹۱ نزدیک شود.



نگاره ۴-۲۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور لبنان

با توجه به جدول ۴-۲۲ و بررسی اقلام صادراتی می‌توان چنین مطرح کرد که در سال ۸۹، عمده صادرات در حوزه زیورآلات و جواهرآلات بوده است، در حالی که در طی سال‌های ۹۰ و ۹۱، محصولات ساخته شده از شیشه مورد تقاضای خریداران لبنانی قرار گرفته است. در سال ۹۲ نیز، بیشتر توجه حول محصولات سرامیکی جلب شده است. هم‌چنین، در این میان محصولات سفالی و مسی در طی این دوره زمانی به کشور لبنان صادر شده است.

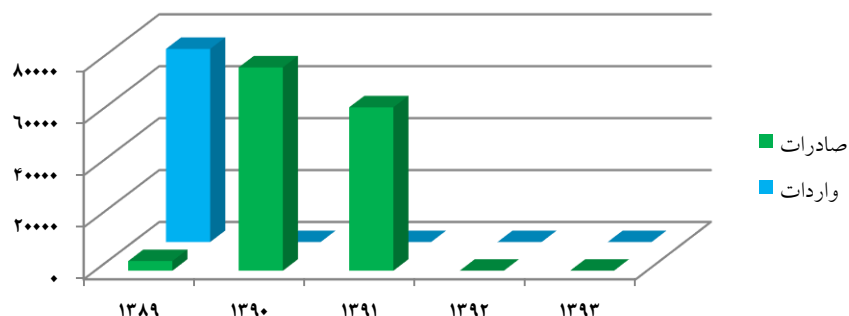
#### ۴-۱-۲۳ بازار هدف صادراتی کشور مالزی

کشور مالزی سرشار از انواع صنایع دستی زیبا، از اشیای بومی ارزان قیمت گرفته تا صنایع دستی مدرن و نفیس است. جدول ۴-۲۳ مرادفات بازرگانی کشور ایران و مالزی را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور مالزی در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۵۰۴۵۶
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۱۶۸۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۸۰۰
	مجموع	۶۲۹۳۶
۱۳۹۰	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۳۲۱۶۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۲۹۲۷۱
	کاشی یا سرامیک معرق	۱۵۶۰۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۶۸۵
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۶۰۰
	مجموع	۷۸۳۱۶
۱۳۸۹	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده	۳۷۱۸
	مجموع	۳۷۱۸
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۷۴۳۹۵
	مجموع	۷۴۳۹۵

همانطور که در جدول ۴-۲۳ مشخص شده است، تعاملات بازرگانی میان کشورهای ایران و مالزی عمدتاً به صورت صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور مالزی است. البته در سال ۸۹ این تعاملات به صورت دوطرفه بوده است. لازم به ذکر است، ارزش دلاری صادرات اقلام ایرانی در هر سال کمتر از ۱۰۰ هزار دلار بوده است. در نگاره ۴-۲۳، ارتباطات بازرگانی میان دو کشور به طور آشکار مشخص شده است.



نگاره ۴-۲۳ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور مالزی

با توجه به نگاره ۴-۲۳، صادرات صنایع دستی در سال ۹۰ رشد چشمگیری نسبت به سال ۸۹ یافته است. اما این میزان در سال ۹۱ با کاهش اندکی مواجه بوده است تا اینکه در سال ۹۲ و سه ماهه اول سال ۹۳ به صفر رسیده است. از سوی دیگر، در سال ۸۹ واردات صنایع دستی از کشور مالزی صورت پذیرفته است که این میزان در مقایسه با صادرات انجام شده در آن سال، از ارزش دلاری بالایی برخوردار بوده است.

به علاوه، بررسی اقلام صادراتی در جدول ۴-۲۳ نشان می‌دهد که محصولات سرامیکی، مسی و چوبی مورد توجه خریداران مالزی قرار گرفته است. به علاوه، واردات صورت گرفته از سوی کشور مالزی در برگیرنده محصولات چوبی (مبل‌های چوبی صنایع دستی) بوده است. اما در سال‌های بعد، واردات این محصولات متوقف شده است و در مقابل، صادرات مبل‌های صنایع دستی به کشور مالزی آغاز شده است.

#### ۴-۱-۲۴ بازار هدف صادراتی کشور نیوزیلند

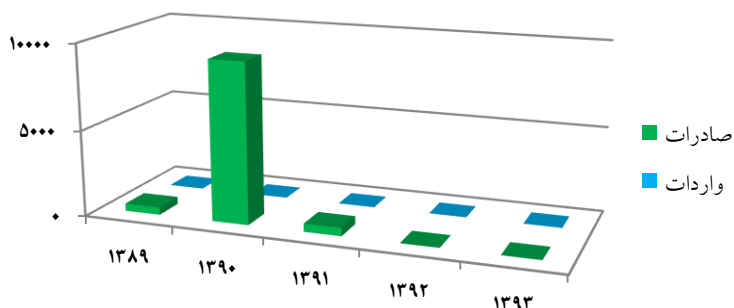
از آنجایی که فرهنگ مائوری، اثر عمیقی بر فرهنگ روز نیوزیلند بر جای گذاشته است، می‌توان صنایع دستی و هنرهای تزئینی کشور نیوزیلند را با این زمینه مورد بررسی قرار داد. در واقع، بخشی از صنایع دستی این کشور، به آثار ملهم از باورها و جهان‌بینی این فرهنگ خاص اشاره دارد. جدول ۴-۲۴ ارتباطات بازرگانی میان دو کشور ایران و نیوزیلند را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور نیوزیلند در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات: سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۴۷۵
	مجموع	۴۷۵
۱۳۹۰	صادرات: سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۲۲۹۷

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۶۲۸۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۳۹۱
	سایر اشیای که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک	۲۴۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۷۸
	مجموع	۹۲۸۶
۱۳۸۹	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۴۳۰
	مجموع	۴۳۰

همان‌طور که در جدول ۴-۲۴ مشخص شده است، تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و نیوزیلند به صورت صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور نیوزیلند بوده است. لازم به ذکر است، در سال ۹۲ و سه ماه نخست سال ۹۳ هیچ گونه مرادده بازرگانی میان این دو کشور صورت پذیرفته است.



نگاره ۴-۲۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور نیوزیلند

نگاره ۴-۲۴ به طور آشکار سطح صادرات محصولات صنایع دستی در طی ۵ سال گذشته را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این نگاره مشاهده می‌شود، فقط در سال ۹۰ صادرات قابل توجهی به کشور نیوزیلند صورت پذیرفته است. هر چند میزان صادرات در این سال نیز کمتر از ۱۰ هزار دلار بوده است. به علاوه، با توجه به جدول ۴-۲۴ مشخص می‌شود که اقلام صادراتی دربرگیرنده انواع محصولات ساخته شده از چوب، شیشه، مس و سرامیک هستند.

#### ۴-۱-۲۵ بازار هدف صادراتی کشور هند

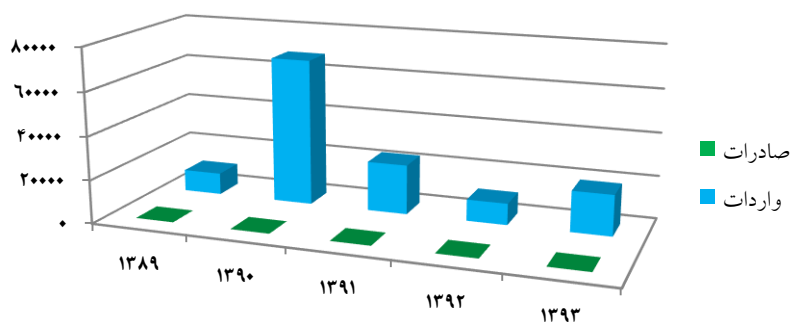
هند کشوری غنی از لحاظ سنت، رنگ و زبان است و اکنون به لطف تولیدات و صادرات روز افزون صنایع دستی، آثار هنری دست‌ساز این کشور در سراسر جهان به چشم می‌خورند. بهره‌گیری از چوب، سنگ، فلزات مختلف، شیشه، گل و حتی سرامیک

سبب شده است که صنایع دستی این سرزمین در سطح جهان بی‌همتا باشد. هر چند میزان فعالیت این کشور در مقایسه با کشور چین، حجم کمتری را در بر می‌گیرد، ولیکن جهت تعاملات بازرگانی آن با ایران به صورت یک‌طرفه است و صرفاً واردات کالاهای تولیدی دستی به ایران را شامل می‌شود. به عبارت دیگر، در طی ۵ سال گذشته آمار رسمی کشور هیچ گونه صادرات محصولات صنایع دستی ایران به هند را ثبت نکرده است. جدول ۴-۲۵ مرادوات بازرگانی ایران و هند را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور هند در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	واردات	۱۸۸۹۸
	مجموع	۱۸۸۹۸
۱۳۹۲	واردات	۹۵۹۲
	مجموع	۹۹۵۲
۱۳۹۱	واردات	۸۱۱۷
	واردات	۸۰۹۹
	واردات	۴۶۷۶
	واردات	۲۱۹۰
	مجموع	۲۳۰۸۲
۱۳۹۰	واردات	۳۰۶۱۶
	واردات	۲۱۵۵۰
	واردات	۱۳۴۵۵
	واردات	۲۳۸۰
	واردات	۱۱۸
	مجموع	۶۸۱۱۹
۱۳۸۹	واردات	۵۹۹۳
	واردات	۴۱۴۸
	مجموع	۱۰۱۴۱

بنابر جدول ۴-۲۵، از سال ۱۳۸۹ تا سه ماهه نخست سال جاری (۱۳۹۳) صادراتی از کشور ایران به هند صورت نگرفته است. این در حالی است که در طی این سال‌ها، محصولات هندی به کشور وارد شده است. نگاره ۴-۲۵ به روشنی تفاوت این مراودات میان دو کشور ایران و هند را آشکار می‌سازد.



نگاره ۴-۲۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور هند

با توجه به نگاره ۴-۲۵، واردات دریافتی در سال ۹۰ در بیشترین حد قرار دارد و در سال‌های بعد از آن، این میزان روند نزولی داشته است. البته در سه ماهه اول سال ۹۳ به نظر می‌رسد مجدداً میزان واردات در حال افزایش باشد. این در حالی است که در طی ۵ سال گذشته هیچ صادراتی به کشور هند انجام نشده است.

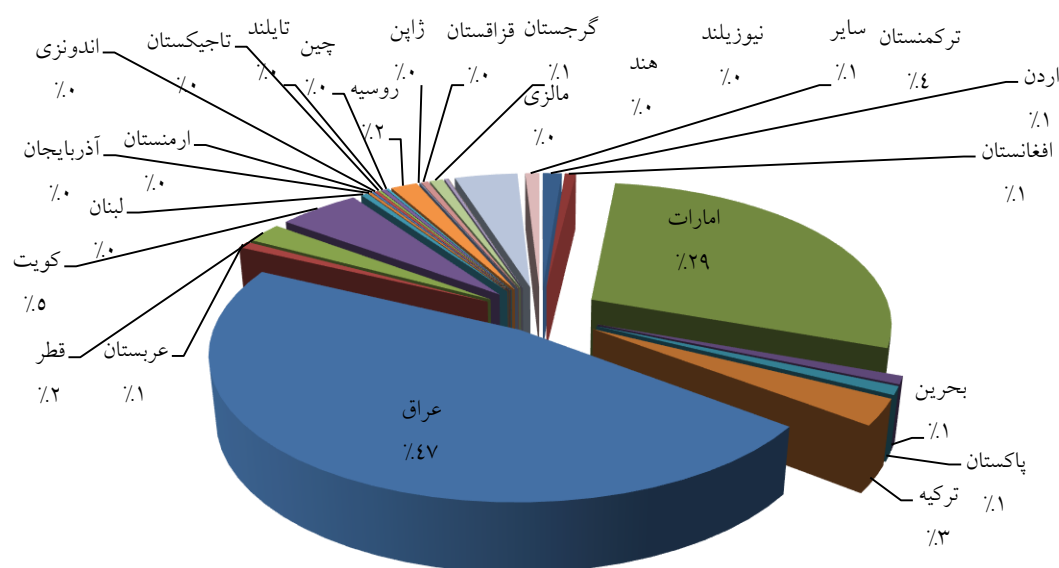
از سوی دیگر، با بررسی اقلام وارداتی از کشور هند به ایران (جدول ۴-۲۵) مشخص می‌شود که طیف محصولات ساخته شده از مس، چوب و شیشه مورد توجه واردکنندگان بوده است. در واقع، کالاهای وارداتی به ایران با کیفیتی بهتر در داخل قابل خریداری است و این در حالی است که صنایع دستی داخل منزوی شده است. البته مراودات ایران و هند در حوزه صنایع دستی بسیار ضعیف است؛ به طوری که نامور مطلق، معاون صنایع دستی کشور (۱۳۹۲)، مطرح می‌کند که علیرغم میراث فرهنگی مشترک میان دو کشور ایران و هند، تاکنون هیچ‌گونه تفاهم‌نامه‌ای در خصوص صنایع دستی دو کشور به انجام نرسیده است و این در حالی است که این دو کشور از برترین‌ها در حوزه صنایع دستی جهان محسوب می‌شوند.<sup>۱</sup>

با نگاهی کلی بر اقلام مبادلاتی میان کشور ایران و کشورهای آسیا-اقیانوسیه، می‌توان به طیف وسیع کشورها اشاره کرد که کم یا بیش، دارای ارتباط بازرگانی با ایران در حوزه صنایع دستی هستند. بدین ترتیب، به نظر می‌رسد تعیین حجم کلی مبادلات ایران با کشورهای این ناحیه، اطلاعات مناسبی را در زمینه بازارهای هدف صادراتی مشخص سازد. نگاره ۴-۲۶، به طور آشکار درصد صادرات اقلام صنایع دستی با کشورهای واقع در منطقه آسیا-اقیانوسیه را نشان می‌دهد.

<sup>۱</sup>. خبرگزاری ایرنا مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۲۸

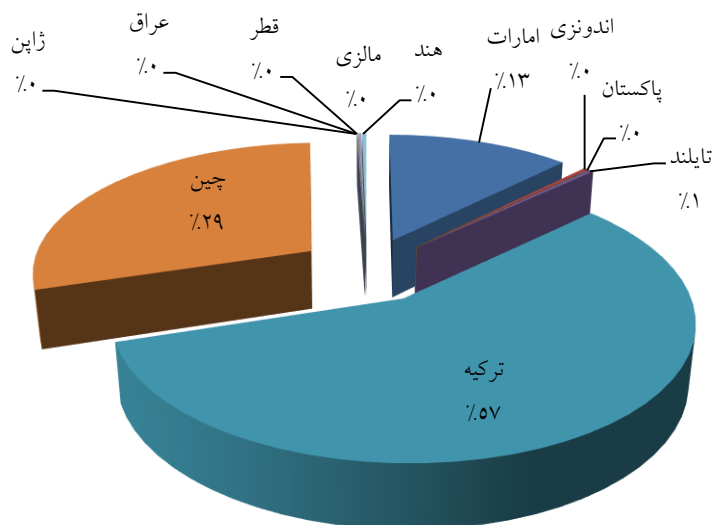
همان‌طور که در این نگاره مشاهده می‌شود، بیشترین حجم صادرات به کشور عراق تعلق دارد (معادل ۴۷ درصد). به عبارت دیگر، تقریباً نیمی از صادرات این کشور به حوزه آسیا-اقیانوسیه، به کشور عراق صورت پذیرفته است. پس از آن، کشور امارات، دومین بازار هدف صادراتی با حجم ۳۰ درصد فروش است. حجم صادرات انجام شده به سایر کشورهای این منطقه، کمتر از ۵ درصد است که میزان قابل ملاحظه‌ای را در بر نمی‌گیرد.

بنابراین، با بررسی حجم صادراتی صنایع دستی به حوزه آسیا-اقیانوسیه در طول دوره پنج‌ساله ۸۹-۹۳ می‌توان چنین مطرح کرد که دو کشور عراق و امارات، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی بوده‌اند. صادرات به سایر کشورها، یا به صورت صادرات اتفاقی بوده است و یا در طول این دوره، به علت برخی رویدادهای پیش‌بینی نشده، طبق برنامه پیش نرفته است.



نگاره ۴-۲۶ دایره ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره آسیا و اقیانوسیه

به علاوه، با توجه به نگاره ۴-۲۷ می‌توان حجم واردات محصولات صنایع دستی از کشورهای حوزه آسیا-اقیانوسیه به ایران را ملاحظه کرد. همان‌طور که در این نمودار مشاهده می‌شود، عمده‌ترین حجم واردات از کشور ترکیه صورت پذیرفته است (۵۷٪).



نگاره ۴-۲۷ نمودار دایره‌ای درصد واردات صنایع دستی با قاره آسیا و اقیانوسیه

علی‌رغم تصور ایجاد شده در اذهان عموم مبنی بر فزونی واردات کالاهای صنایع دستی چینی به کشور، این کشور از لحاظ حجم واردات رتبه دوم را داراست (۲۹ درصد). بعد از کشور چین، امارات با حجم صادرات معادل ۱۳ درصد، به عنوان سومین واردکننده عمده صنایع دستی محسوب می‌شود. واردات صورت گرفته از سایر کشورهای این حوزه مقدار ناچیزی است.

#### ۴-۲ تحلیل مراودات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای اروپایی

##### ۴-۲-۱ بازار هدف صادراتی کشور آلمان

آلمان کشوری در قاره اروپاست که از تاریخی دیرین برخوردار است. هنر صنایع دستی این کشور نیز جایگاه خاصی در اقتصاد آن دارد. جدول ۴-۲۶ مراودات بازرگانی کشور ایران و آلمان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور آلمان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	سایر اشیاء از سرامیک	۳۵۶۱۷
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه- ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۸۶۰
	مجموع	۳۷۴۷۷
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۴۳۳۳
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۵۲۹
	مجموع	۴۸۶۲
۱۳۹۱	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۷۳۰۰

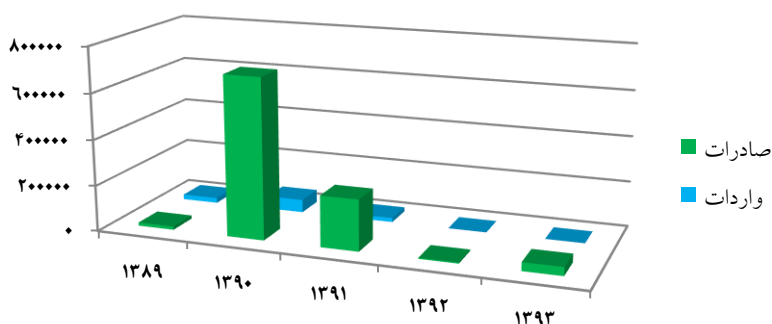


سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۱۳۶۶۸۶
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده	۲۹۳۳۶
	سایر اشیای از سرامیک	۲۰۷۰۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۶۹۶۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۲۰۰
	مجموع	۲۲۲۱۸۲
	واردات	۱۸۱۹۰
۱۳۹۰	مجموع	۱۸۱۹۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۶۶۱۷۴۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۳۱۱۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۹۷۰۰
	سایر اشیای از سرامیک	۵۳۵۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۳۶۰۰
	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده	۱۸۵۵
	سایر اشیای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	۱۳۲۰
	مجموع	۶۹۶۶۷۵
	واردات	۳۵۰۱۵
	سایر اشیای از سرامیک	۱۶۲۶۸
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۵۳۲۶
	مجموع	۵۶۶۰۹
۱۳۸۹	سایر اشیای از سرامیک	۱۲۴۰۲
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۱۱۴۰
	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۴۴۳
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۴۳
	مجموع	۱۴۲۲۸
	واردات	۶۵

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	۲۰۴۵۰
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۱۳۸۲
	مجموع	۲۱۸۹۷

بنابر جدول ۴-۲۶، تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و آلمان طی سال‌های ۸۹-۹۱ به صورت دوطرفه بوده است. به طوری که در سال ۸۹، میزان واردات نسبت به صادرات میزان نسبتاً بیشتری را به خود اختصاص داده است. اما در سال ۹۰ صادرات به میزان قابل ملاحظه‌ای نسبت به واردات افزایش می‌یابد. در سال ۹۱ نیز صادرات در مقایسه با واردات از ارزش دلاری بیشتری برخوردار است، هرچند تفاوت میان دو مقدار صادرات و واردات در سال ۹۱ نسبت به سال ۹۰ کاهش قابل توجهی یافته است.

همچنین، همان‌طور که در جدول ۴-۲۶ ملاحظه می‌شود، در دوره زمانی ۹۲-۹۳، مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و آلمان به صورت صادرات صرف محصولات صنایع دستی ایران با آلمان است. البته میزان صادرات نیز با کاهش قابل توجه مواجه بوده است. به طوری که در سال ۹۲ میزان صادرات تنها تقریباً معادل ۵ هزار دلار است. اما در سه ماهه نخست سال ۹۳ افزایش هر چند اندک در میزان صادرات مشاهده می‌شود که امید است در ادامه سال، این روند افزایشی استمرار یابد.



نگاره ۴-۲۸ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور آلمان

همان‌طور که در نگاره ۴-۲۸ مشاهده می‌شود، بیشینه صادرات صنایع دستی ایران به کشور آلمان در سال ۹۰ (تقریباً معادل ۷۰۰ هزار دلار) بوده است. آنگاه در سال ۹۱ با کاهش قابل ملاحظه مواجه بوده است، به طوری که در سال ۹۲ مقدار صادرات بسیار ناچیز بوده است. میزان افزایش اندک صادرات در سه ماهه نخست سال ۹۳ می‌تواند نشان‌دهنده روزنه امیدی در افزایش صادرات این محصولات باشد.

به علاوه، با توجه به کالاهای صادراتی در دوره زمانی ۵ ساله ۸۹-۹۳ در جدول ۴-۲۶، عمده صادرات به کشور آلمان در سال‌های ۸۹ و ۹۳ محصولات سرامیکی، در سال‌های ۹۰ و ۹۱ محصولات ساخته شده از چوب، و در سال ۹۲ کالاهای سفالی بوده است. البته در طی این سال‌ها، محصولات شیشه‌ای نیز از سوی خریداران آلمانی تقاضا شده است. از سوی دیگر، اقلام وارداتی در مدت زمان ۸۹-۹۱ شامل محصولات ساخته شده از مس، چوب، شیشه و سرامیک بوده است. نکته قابل توجه مربوط به اقلام صادراتی و وارداتی سال ۹۰ است که در هر دو مورد، محصولات چوبی عمده محصولات مورد مبادله بوده‌اند. البته میزان صادرات این محصولات تقریباً ۱۹ برابر اقلام وارداتی بوده است. همچنین، محصولات صادراتی چوبی در سال ۹۰ در برگیرنده مجسمه‌ها و اشیای تزئینی است، در حالی که اقلام وارداتی چوبی، مبل‌های صناعی دستی را شامل می‌شود.

#### ۴-۲-۲ بازار هدف صادراتی کشور اتریش

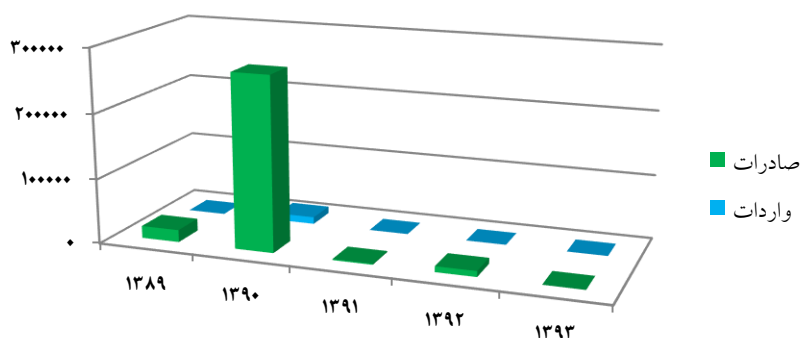
کشور اتریش، کشوری کوچک در اروپای مرکزی است که با تاریخ و فرهنگی غنی، به صورت پلی میان اروپای شرقی و اروپای غربی قرار گرفته است. در این کشور، صنایع دستی زیبا و متنوع تولید می‌شود که در بازارهای خرید در سطح شهر به آسانی در دسترس است. جدول ۴-۲۷ ارتباطات بازرگانی کشور ایران و اتریش را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۷ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اتریش در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	۶۶۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۲۴۰۰
	مجموع	۹۰۰۰
۱۳۹۱	صادرات	۱۶۲۵
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک صنایع دستی	۱۶۲۵
	مجموع	۱۶۲۵
۱۳۹۰	صادرات	۲۵۱۶۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۷۴۹۰
	مجموع	۲۶۹۰۹۰
	واردات	۶۳۸۰
	کارد (غیر از کاردهای دارای تیغه ثابت) هم‌چنین چاقو تاشو باغبانی	۴۳۴۸
	مجموع	۱۰۷۲۸
۱۳۸۹	صادرات	۱۱۵۹۶
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۷۴۷۹
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۹۰۷۵
مجموع		۱۹۰۷۵

چنانکه که در جدول ۴-۲۷ مشاهده می‌شود، به استثنای سال ۹۰ که در آن تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و اتریش به صورت دو طرفه بوده است، در ۵ سال گذشته تنها صادرات کالاهای صنایع دستی ایران به کشور ایران جریان داشته است.

به عبارت دیگر، در طی این سال‌ها، هیچ‌گونه واردات محصولات صنایع دستی به کشور ایران صورت نپذیرفته است. نگاره ۴-۲۹، روابط بازرگانی میان این دو کشور را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۲۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اتریش

به علاوه، با توجه به نگاره ۴-۲۹، حجم صادرات در زمینه محصولات صنایع دستی در طی ۵ سال گذشته به میزان قابل توجهی نیست. تنها در سال ۹۰ مقدار صادرات به ۲۷۰ هزار دلار رسیده است که این میزان نیز در مقایسه با توانایی صادراتی کشور ایران، چندان به چشم نمی‌آید. همان‌طور که در این نگاره مشخص شده است، صادرات این محصولات که در سال ۹۰ با رشد قابل توجهی مواجه شده است، مجدداً در سال‌های آتی کاهش بسیاری داشته است. به نظر می‌رسد در سال ۹۲ تا حدودی میزان صادرات رو به افزایش باشد و امید است روند افزایشی در سال‌های بعد همچنان افزایش داشته باشد.

هم‌چنین، با بررسی موارد صادراتی در دوره زمانی ۸۹-۹۳ (جدول ۴-۲۷) مشخص می‌شود که تنها گروه محصولات مسی و سرامیکی مورد توجه خریداران اتریش بوده است که در این میان، تقاضای محصولات ساخته شده از مس بیشتر لحاظ شده است.

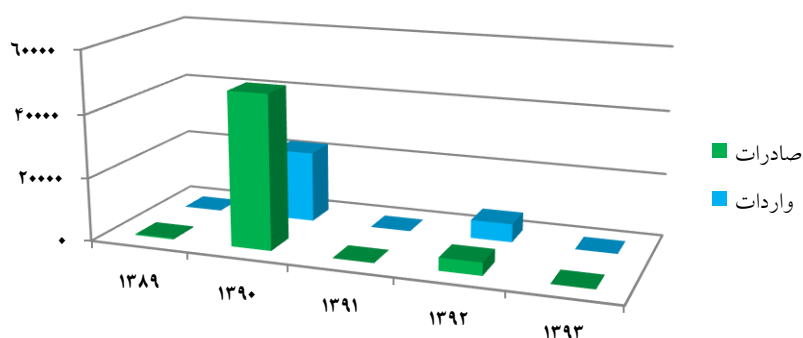
#### ۴-۲-۳ بازار هدف صادراتی کشور اسپانیا

به خاطر وجود جنبه‌های قدرتمندی از میراث فرهنگی رم در تمام زوایای زندگی اسپانیایی‌ها، این کشور به عنوان کشوری لاتین به حساب می‌آید. با این حال، فرهنگ اسپانیا به خاطر تاریخ و قدمت طولانی‌اش، از بخش هنر گرفته تا موسیقی، تحت تأثیر دیگر کشورهای اروپایی و کشورهای حوزه مدیترانه قرار گرفته است. بدین ترتیب، صنایع دستی این کشور نیز متأثر از این طرز تلقی و فرهنگ در کشور اسپانیا است. جدول ۴-۲۸ مرادبات بازرگانی کشور ایران و اسپانیا را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۸ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور اسپانیا در حوزه صنایع دستی

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	۴۰۵۰
	مجموع	۴۰۵۰
	واردات	۵۸۰۹
	مجموع	۵۸۰۹
۱۳۹۰	صادرات	۴۶۷۵۶
	واردات	۱۸۹۰
	مجموع	۴۸۶۴۶
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۲۰۵۷۷
	واردات	۱۹۲۸
	مجموع	۲۲۵۰۵
۱۳۸۹	صادرات	۳۶۰
	مجموع	۳۶۰

با توجه به جدول ۴-۲۸، تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و اسپانیا تنها در سال ۸۹ به صورت صادرات صرف محصولات صنایع دستی ایران به کشور اسپانیا بوده است. البته این میزان صادراتی نیز رقم شایان ذکری به شمار نمی‌آید. در سال‌های بعد، این مراودات به صورت دوطرفه شده است. هر چند بررسی ارقام صادراتی نشان می‌دهد که رابطه بازرگانی قوی در این حوزه میان این دو کشور وجود نداشته است. چنانکه میزان صادرات صورت گرفته از مرز ۵۰ هزار دلار فراتر نمی‌رود. واردات نیز در بیشترین میزان خود معادل تقریبی ۲۳ هزار دلار بوده است.



نگاره ۴-۳۰ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور اسپانیا

همان‌طور که در نگاره ۴-۳۰ مشاهده می‌شود، رقم صادراتی به کشور اسپانیا تنها در سال ۹۰ با رشد خوبی برخوردار بوده است. واردات نیز در این سال نسبت به سال‌های دیگر (در فاصله زمانی ۸۹-۹۳) بیشترین بوده است.

از سوی دیگر، با توجه به جدول ۴-۲۸ می‌توان به بررسی موارد صادراتی نیز پرداخت. همان‌طور که در این جدول ملاحظه می‌شود، صادرات محصولات صنایع دستی به کشور اسپانیا محدود به برخی کالاهای ساخته شده از سفال، چوب و مس بوده است. در واقع، بیشترین میزان صادرات در گروه محصولات چوبی قرار دارد. در مقابل، محصولات دریافتی از این کشور تنها در گروه محصولات چوبی بوده است. به نظر می‌رسد تبادلات میان این دو کشور بیشتر در حیطه محصولات چوبی قرار داشته است.

#### ۴-۲-۴ بازار هدف صادراتی کشور انگلستان

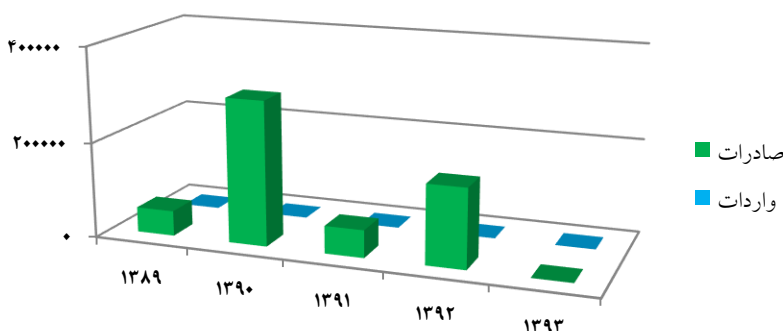
کشور انگلستان از صنایع دستی قوی و متنوعی برخوردار است. به خصوص، پس از جنبش هنر و به هم پیوستگی هنر و صنعت در اروپا، گرایش به کاربردی کردن هنر و خلق آثار معنوی افزایش چشمگیری داشت. یکی از شاخه‌های هنر کاربردی، صنایع دستی این کشور است که در این دوره پیشرفت قابل توجهی را تجربه کرده است. جدول ۴-۲۹ تعاملات بازرگانی کشور ایران و انگلستان را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲۹ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور انگلستان در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	صادرات	۱۴۱
	مجموع	۱۴۱
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۹۷۴۰۰
	سایر مصنوعات از مس، میناکاری شده	۴۹۵۰۰
	سایر اشیای از سرامیک	۶۸۷۰
	سایر مصنوعات از مس، قلم‌زنی	۴۵۰۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	مجممه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۲۴۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۲۱۷۵
	مجممه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۷۴۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزیینی) یا مقاصد آشپزخانه-ای بدون تزیین	۷۰۰
	سایر اشیای از سفال	۶۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، بدون لعاب	۸۰
	مجموع	۱۶۵۸۰۵
۱۳۹۱	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۵۰۹۲۵
	سایر اشیای از سرامیک	۶۰۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۸۵۵
	مجموع	۵۷۷۸۰
۱۳۹۰	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۲۹۳۵۲۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۷۳۳۵
	سایر اشیای از سرامیک	۱۲۶۰
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	۶۰۰
	مجموع	۳۰۲۷۱۵
۱۳۸۹	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۲۲۵۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۲۰۷۰۴
	سایر اشیای از سرامیک	۳۳۰۰
	سایر اشیای از سفال	۲۲۸۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۱۹۳
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۴۲۴
	کاشی یا سرامیک معرق	۲۸۸
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۷۰
	مجموع	۵۲۷۵۹

همان‌طور که در جدول ۴-۲۹ مشاهده می‌شود، تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و انگلستان به صورت صادرات محصولات صنایع دستی ایران به انگلستان بوده است. در این میان، در طول دوره زمانی ۵ ساله ۸۹-۹۳، انگلستان هیچ‌گونه وارداتی در زمینه صنایع دستی به ایران نداشته است. مراودات بازرگانی میان این دو کشور در نگاره ۴-۳۱ نشان داده شده است.



نگاره ۴-۳۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور انگلستان

بر اساس نگاره ۴-۳۱، روند صادرات کالاهای صنایع دستی با نموداری سینوسی مواجه بوده است. به طوری‌که در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۹ رشد قابل ملاحظه‌ای مشاهده می‌شود، این در حالی است که در سال ۹۱ مجدداً ارزش دلاری صادرات محصولات صنایع دستی کاهش می‌یابد. در سال ۹۲ روند افزایشی دوباره شروع می‌شود، ولیکن در سه ماهه نخست سال ۹۳ این روند دنبال نمی‌شود. امید است در ادامه سال، مقدار صادرات به حد انتظار از رشد مناسبی برخوردار باشد.

به علاوه، همان‌طور که در جدول ۴-۲۹ ملاحظه می‌شود، اقلام صادراتی در برگیرنده طیف محصولات ساخته شده از سفال، سرامیک، مس، چوب و شیشه است. لازم به ذکر است، ارزش دلاری صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور انگلستان در بیشترین میزان خود در دوره زمانی ۸۹-۹۳ نزدیک به ۳۰۰ هزار دلار بوده است.

#### ۴-۲-۵ بازار هدف صادراتی کشور ایتالیا

ایتالیا دارای تاریخی غنی از تماس‌ها و تبادلاتی است که بر مردم، اقتصاد و فرهنگ آن اثر گذاشته است. صنایع دستی این کشور نیز با اقتباس از تاریخ و فرهنگ غنی خود، از زیبایی و تنوع چشمگیری برخوردار است. به طوری‌که صنعت گردشگری و هنرهای صناعی در این کشور، ارتباطی عمیق و گسترده دارند و از یکدیگر متأثر می‌شوند. جدول ۴-۳۰ ارتباطات بازرگانی کشور ایران و ایتالیا را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۳۰ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور ایتالیا در حوزه صنایع دستی

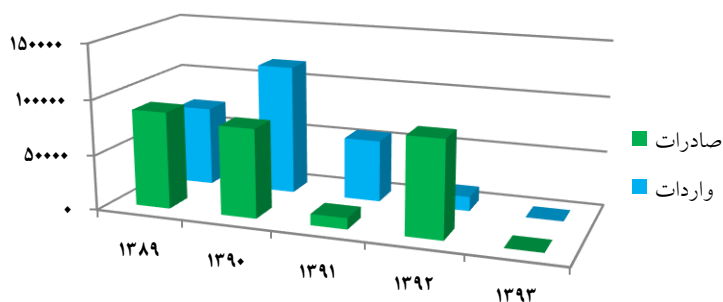
سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	۶۱۲۵۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	



سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۱۲۶۰۰
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۱۰۱۴۹
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۱۷۱۳
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۲۰۰
	سایر اشیای سفال	۳۷۵
	مجموع	۸۷۲۸۷
	واردات	۱۳۰۸۴
۱۳۹۱	مجموع	۱۳۰۸۴
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۵۲۹۷
	سایر اشیای سرامیک	۲۹۴۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۰۸۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۵۷۶
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	۲۳۴
	مجموع	۱۰۱۲۷
۱۳۹۰	واردات	۳۰۲۷۶
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	۲۶۲۰۹
	مجموع	۵۶۴۸۵
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	۴۴۰۱۶
۱۳۹۰	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۲۵۷۷۶
	سایر اشیای که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک	۶۹۰۰
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۱۸۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۱۰۸۰
	اشیای سر میز سرامیک، لعاب‌زده	۷۳۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۴۹۵
	مجموع	۸۰۷۹۷
	واردات	۲۸۵۵۷
	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۰	واردات	۸۶۳۶۵
	مجموع	۱۱۷۷۹۶
	صادرات	۵۹۸۲۰
۱۳۸۹	واردات	۲۶۰۰۳
	مجموع	۸۸۱۶۳
	صادرات	۵۵۸۰۶
۱۳۹۱	واردات	۷۸۰۳
	مجموع	۷۲۴۳۸
	صادرات	۷۳۴۰
۱۳۹۲	واردات	۱۴۸۹
	مجموع	۱۴۴۰
	صادرات	۹۰۰
۱۳۹۳	واردات	۱۴۴۰
	مجموع	۱۴۴۰
	صادرات	۹۰۰

با توجه به جدول ۴-۳۰، ارتباطات بازرگانی میان دو کشور ایران و ایتالیا در دوره زمانی ۸۹-۹۳ به صورت دوطرفه بوده است. به عبارت دیگر، در طول این دوره زمان به موازات صادرات صورت گرفته در حوزه صنایع دستی، وارداتی نیز انجام شده است که در برخی مواقع از میزان صادرات فزونی یافته است. نگاره ۴-۳۲ به روشنی مراودات بازرگانی میان این دو کشور را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۳۲ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور ایتالیا

با استناد به نگاره ۴-۳۲ می‌توان چنین مطرح کرد که به جز در سال ۹۱، صادرات محصولات صنایع دستی از سطح تقریبی یکسانی برخوردار بوده است. البته در سال‌های ۹۱ و سه ماهه نخست سال ۹۳، ارزش دلاری صادرات با کاهش قابل توجهی مواجه بوده است. از سوی دیگر، واردات نیز کم و بیش از سطح خاصی فراتر نرفته است. البته در سال ۹۰، میزان واردات انجام شده با افزایش قابل ملاحظه‌ای همراه بوده است. اما در سال‌های بعد میزان آن کاهش نسبی داشته است. در سه ماهه نخست سال ۹۳ نیز وارداتی به کشور ایران صورت نپذیرفته است. به علاوه، بنابر داده‌های آماری جدول ۴-۳۰، موارد صادراتی به کشور ایتالیا طیف وسیعی از کالاهای سفالی، مسی، چوبی، سرامیکی و شیشه‌ای را در بر می‌گیرد.

#### ۴-۲-۶ بازار هدف صادراتی کشور سوئیس

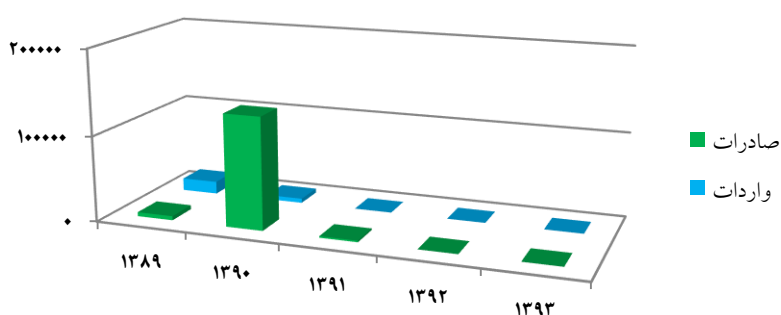
سوئیس کشوری در اروپای غربی است که صنایع دستی، نقش مهمی در اقتصاد آن ایفا می‌کند و در واقع، یکی از منابع مهم درآمدهای دولت محسوب می‌شود. جدول ۴-۳۱ مرادفات بازرگانی کشور ایران و سوئیس را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۳۱ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور سوئیس در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	۶۲۲
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۱۱۲۰
	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۱۷۴۲
۱۳۹۰	مجموع	۱۲۹۷۵۴
	صادرات	۱۱۸۸
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۲۰
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	۱۳۰۹۶۲
	مجموع	۳۱۰۰
	واردات	۱۹۴۹
	کارد (غیر از کاردهای دارای تیغه ثابت) هم‌چنین چاقو تاشو باغبانی	۵۰۴۹
۱۳۸۹	مجموع	۳۳۶۰
	صادرات	۱۲۰۰
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۲۲۲
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۴۷۸۲

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۸۹	واردات	۱۴۷۳۵
	مجموع	۱۴۷۳۵

همان‌طور که در جدول ۴-۳۱ مشاهده می‌شود، در سال‌های ۸۹ و ۹۰، تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و سوئیس به صورت دوطرفه بوده است. آنگاه در سال ۹۱ به صورت صادرات صرف محصولات صنایع دستی ایران به کشور سوئیس تغییر یافته است. در سال‌های ۹۲ و ۹۳ نیز، هیچ‌گونه ارتباط بازرگانی میان این دو کشور در آمار گمرک ثبت نشده است. در نگاره ۴-۳۳، تعاملات بازرگانی میان این دو کشور در قالب نمودار مشخص شده است.



نگاره ۴-۳۳ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور سوئیس

همان‌طور که در نگاره ۴-۳۳ مشهود است، تنها در سال ۹۰ صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور سوئیس رقم نسبتاً قابل توجهی بوده است. بررسی اقلام صادراتی مندرج در جدول ۴-۳۱ نیز نشان می‌دهد که محصولات چوبی، سرامیکی و سفالی در طول دوره زمانی ۵ ساله مورد تقاضای خریداران کشور سوئیس بوده است. البته در این میان، محصولات چوبی بیشتر مورد توجه این خریداران قرار گرفته است.

#### ۴-۲-۷ بازار هدف صادراتی کشور فرانسه

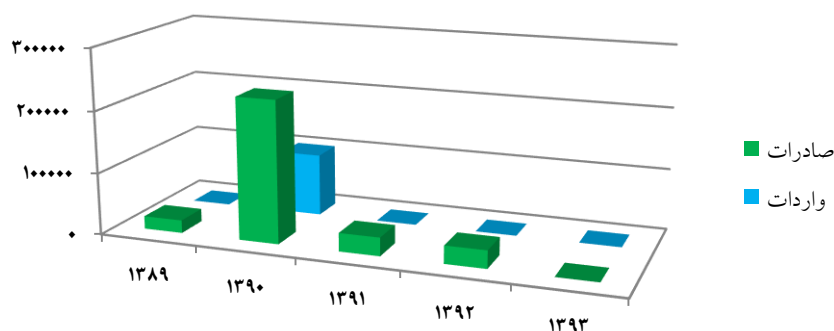
کشور فرانسه، با هنر لوکس و مدرن خود در سراسر جهان شهرت دارد. صنایع دستی این کشور نیز از این ویژگی‌ها مستثنی نیست. در واقع، فعالان این حوزه تنها قشر خاصی هستند که کارهای صنایع دستی را با خلاقیت بسیار و بدون نگاه اقتصادی کوتاه‌مدت انجام می‌دهند. جدول ۴-۳۲ مرادفات بازرگانی کشور ایران و فرانسه را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۳۲ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور فرانسه در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	سایر اشیای از سفال	۲۳۴۶۳
	مجموعه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	۵۵۳۰
	مجموع	۲۸۹۹۳

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	سایر اشیای که در جای دیگر ذکر نشده از سرامیک
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده
		اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سفال، لعاب‌زده
		مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم
		مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال
		صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت
	مجموع	۲۹۸۱۲
۱۳۹۰	صادرات	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده
		سایر اشیای از سرامیک
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش-خورده
		اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده
		سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی‌شده، تراش-خورده
		چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان
	مجموع	۲۲۹۵۶۴
۱۳۸۹	واردات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی بدون تزئین
		مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم، برای سرویس میز یا آشپزخانه
	مجموع	۱۰۱۲۱۴
۱۳۸۹	صادرات	سایر اشیای از سرامیک
		سایر اشیای از سفال
		اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده
	مجموع	۲۰۸۲۳

با توجه به جدول ۴-۳۲، به غیر از سال ۹۰، تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و فرانسه به صورت یک طرفه بوده است. در طول این دوره زمانی، تنها محصولات صنایع دستی ایران به کشور فرانسه صادر شده است. نگاره ۴-۳۴ به نحوی آشکار، این تعاملات بازرگانی را نشان می‌دهد.



نگاره ۴-۳۴ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور فرانسه

همان‌طور که در نگاره ۴-۳۴ مشخص شده است، تنها در سال ۹۰ میزان صادرات از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است. در این سال، میزان واردات نیز به نسبت سال‌های دیگر مقدار بیشتری بوده است. هر چند ارزش دلاری صادرات در این سال از واردات فزونی یافته است. با توجه به جدول ۴-۳۲ می‌توان موارد صادراتی از کشور ایران به فرانسه در طول دوره زمانی ۸۹-۹۳ را مشاهده کرد. این محصولات شامل طیفی از محصولات سفالی، سرامیکی، مسی، چوبی و شیشه‌ای است. در مقابل، کالاهای ساخته شده از شیشه و چوب به کشور ایران وارد شده است که محصولات شیشه‌ای حجم بیشتری را به خود اختصاص داده است.

#### ۴-۲-۸ بازار هدف صادراتی کشور قبرس

کشور قبرس تا حد زیادی بر اقتصاد صنایع دستی و محلی خود تکیه دارد. صنایع دستی این کشور عمدتاً در حیطه پارچه‌بافی، کارهای دستی هسپ، کالاهای ابریشمی و محصولات بافندگی با گیاهان است. جدول ۴-۳۳ تعاملات بازرگانی کشور ایران و قبرس را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

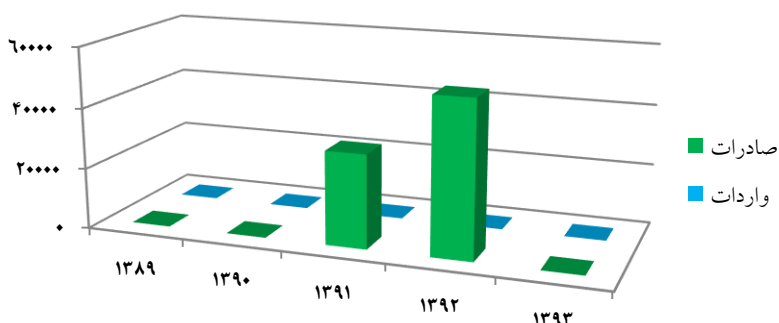
جدول ۴-۳۳ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور قبرس در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	۳۰۴۰۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۱۰۸۰۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۶۳۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، بدون تزئین	۳۳۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده	۲۱۰
	مجموع	۵۱۰۱۰

سال	اقدام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۰۰۰۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده	۶۷۵
	مجموع	۳۰۶۷۵

با توجه به جدول ۴-۳۳ می‌توان چنین مطرح کرد که مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و قبرس محدود به صادرات محصولات صنایع دستی ایران به کشور قبرس بوده است. البته صادرات صورت گرفته در این دوره ۵ سال، نه تنها رقم قابل توجهی به شمار نمی‌رود، بلکه به طور مستمر صورت پذیرفته است. چنانکه در این جدول مشاهده می‌شود، تنها در سال‌های ۹۱ و ۹۲ اقدام صنایع دستی ایران به کشور قبرس صادر شده است.

به علاوه، نگاره ۴-۳۵ به نحوی آشکار روند صادراتی کالاهای صنایع دستی ایران به کشور قبرس را نشان داده است. همانطور که در این نگاره مشاهده می‌شود، در سال ۹۲ نسبت به سال ۹۱ رشدی در میزان صادرات صورت پذیرفته است. ولی این روند صعودی در سال بعد ادامه نیافته است.



نگاره ۴-۳۵ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور قبرس

البته از آنجایی که ارقام گزارش شده در سال ۹۳ محدود به سه ماهه نخست این سال است، نمی‌توان تفسیر کرد که روند صادرات متوقف شده است. امید است خط افزایش صادرات از سال ۹۱ در سال ۹۳ ادامه یابد. هم‌چنین، با توجه به جدول ۴-۳۳ می‌توان چنین اذعان کرد که اقدام صادراتی شامل کالاهای ساخته شده از مس، چوب و شیشه است. در این میان، میزان صادرات محصولات چوبی و آنگاه مسی بیشتر از محصولات شیشه‌ای بوده است.

#### ۹-۲-۴ بازار هدف صادراتی کشور هلند

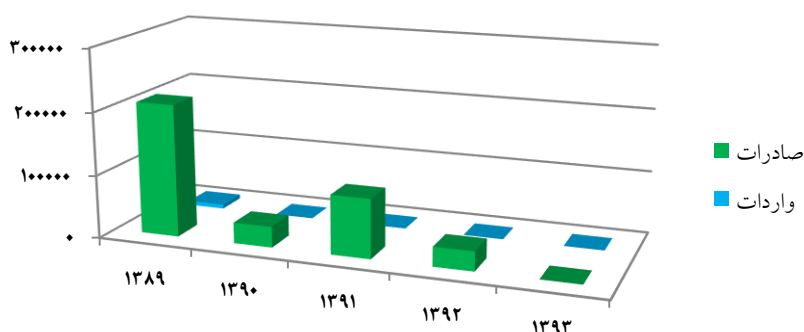
کشور هلند از صنایع غنی و پرباری برخوردار است. از صنایع دستی این کشور می‌توان به کفش‌های چوبی و بزرگی اشاره کرد که نماد این کشور محسوب می‌شوند و در مراسم خاص مورد استفاده قرار می‌گیرند. جدول ۴-۳۴ مرادوات بازرگانی کشور ایران و هلند را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۳۴ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور هلند در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	صادرات	۳۰۸۱۰
	مجموع	۳۰۸۱۰
۱۳۹۱	صادرات	۹۳۵۰۰
	مجموع	۹۳۵۰۰
۱۳۹۰	صادرات	۲۸۸۰۰
	مجموعه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	۴۱۰۰
	مجموع	۳۲۹۰۰
۱۳۸۹	صادرات	۲۰۵۴۴۰
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۴۸۰۰
	مجموع	۲۱۰۲۴۰
	واردات	۶۵۴۵
	مجموع	۶۵۴۵

همان‌طور که در جدول ۴-۳۴ مشاهده می‌شود، تعاملات بازرگانی میان دو کشور ایران و هلند تنها در سال ۸۹ به صورت دو طرفه بوده است. به عبارت دیگر، تنها در این سال واردات محصولات صنایع دستی کشور هلند به ایران صورت پذیرفته است. در حالی‌که در فاصله زمانی ۹۰-۹۳ این ارتباطات بازرگانی به صادرات صرف محصولات صنایع دستی ایران به کشور هلند تغییر یافته است. نگاره ۴-۳۶ به نحوی آشکار، مرادوات بازرگانی میان این دو کشور را در قالب نمودار نشان می‌دهد.

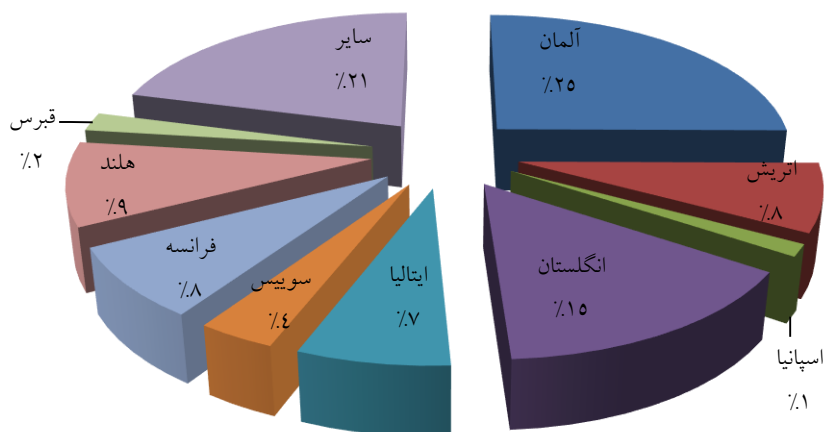




نگاره ۴-۳۶ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور هلند

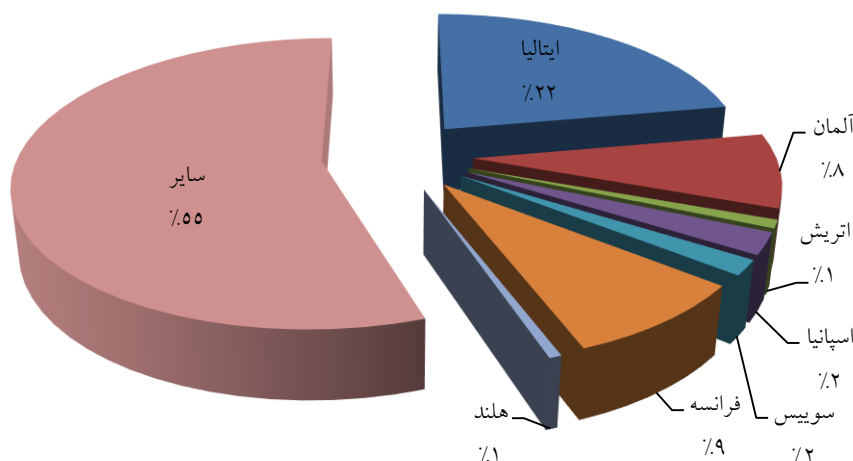
با توجه به نگاره ۴-۳۶، صادرات محصولات صنایع دستی ایران به هلند در سال ۸۹ میزان قابل توجهی بوده است (تقریباً ۲۱۰ هزار دلار). اما در سال ۹۰ با کاهشی ناگهانی به تقریباً یک ششم مقدار صادراتی سال ۸۹ رسیده است. در سال ۹۱ مجدداً افزایشی هر چند اندک در ارزش دلاری صادرات مشاهده می‌شود. ولیکن، متأسفانه در سال ۹۲ مجدداً میزان صادرات کالاهای صنایع دستی نزول می‌یابد؛ به گونه‌ای که در سه ماهه نخست سال ۹۳ هیچ‌گونه مراوده بازرگانی در حوزه صنایع دستی در آمار گمرک ثبت نشده است.

به طور کلی، همان‌طور که در نمودار ۴-۳۷ نشان داده شده است، عمده صادرات صنایع دستی ایران در حوزه اروپا، به آلمان صورت پذیرفته است (۲۵٪). پس از آن، کشور انگلستان، با حجم صادرات معادل ۱۵ درصد به عنوان دومین بازار هدف صادراتی در اروپا به شمار می‌رود. وضعیت صادرات به سایر کشورهای حوزه اروپا، تقریباً یکسان است. به طوری که حجم صادرات صنایع دستی به کشور هلند ۹ درصد، اتریش ۸ درصد، فرانسه ۸ درصد و ایتالیا ۷ درصد است. سایر کشورهای مستقر در حوزه اروپا از حجم صادراتی کمتر از ۵ درصد برخوردار هستند.



نگاره ۴-۳۷ نمودار دایره‌ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره اروپا

به علاوه، نگاره ۴-۳۸، درصد واردات صنایع دستی از کشورهای حوزه اروپا به ایران را نشان می‌دهد. همانطور که در این نمودار مشاهده می‌شود، کشور ایتالیا با حجم واردات ۲۲ درصد، عمده‌ترین کشور واردکننده صنایع دستی به شمار می‌رود.



نگاره ۴-۳۸ نمودار دایره‌ای درصد واردات صنایع دستی با قاره اروپا

پس از کشور ایتالیا، کشور فرانسه با حجم واردات ۹ درصد از جایگاه دوم در میان کشورهای واردکننده برخوردار هستند و آنگاه، کشور آلمان با میزان درصد صادراتی ۸، سومین کشور مهم واردکننده صنایع دستی به شمار می‌رود. وضعیت واردات سایر کشورهای این حوزه نیز، مقدار ناچیزی را در بر می‌گیرد.

#### ۴-۳ تحلیل مراودات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای قاره آمریکا

##### ۴-۳-۱ بازار هدف صادراتی کشور کانادا

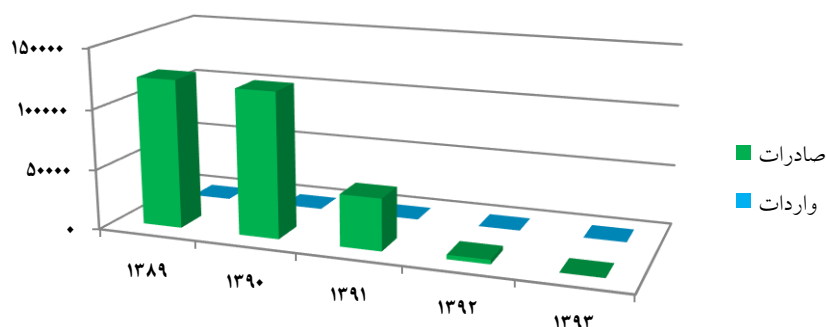
کانادا کشوری در شمال قاره آمریکای شمالی است که دومین کشور پهناور جهان محسوب می‌شود. جدول ۴-۳۵ مراودات بازرگانی میان دو کشور ایران و کانادا را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

جدول ۴-۳۵ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور کانادا در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۲	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۲۶۷۰
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعاب	۹۷۰
	مجموع	۳۶۴۰
۱۳۹۱	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۶۷۰۸
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۴۵۰۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه-ای نقاشی شده، تراش خورده	۱۱۴۰

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	۳۷۳
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۸۰
	مجموع	۴۲۸۰۱
۱۳۹۰	صادرات	۸۴۰۳۲
	چوب خاتم کاری شده و منبت کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۱۷۸۶۷
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	۸۰۴۰
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه، نقاشی شده، تراش خورده	۵۷۴۰
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۲۲۳۲
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس میناکاری شده	۱۵۵۰
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۵۵۰
	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزیینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	۳۴۱
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۲۰۳۵۲
۱۳۸۹	صادرات	۶۳۳۷۶
	چوب خاتم کاری شده و منبت کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	۳۸۳۲۰
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	۱۹۲۷۲
	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سفال	۱۲۶۰
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش-خورده	۱۰۸۰
	مجموع	۱۲۳۳۰۸

با توجه به جدول ۴-۳۵ می‌توان چنین مطرح کرد که در طی ۵ سال گذشته رابطه بازرگانی میان این دو کشور در حوزه صنایع دستی یک‌طرفه و به صورت صادرات کالاهای ایرانی به کشور کانادا بوده است. البته ارزش دلاری اقلام صادراتی، به خصوص در ۳ سال گذشته، رقم چندان قابل توجهی به شمار نمی‌رود. نگاره ۴-۳۹ به طور آشکار، ارتباطات بازرگانی میان این دو کشور را نشان می‌دهد.

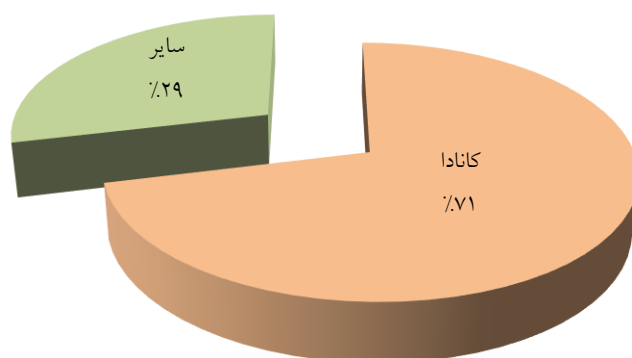


نگاره ۴-۳۹ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور کانادا

با مشاهده میزان صادرات محصولات صنایع دستی ایران در نگاره ۴-۳۹ می‌توان مطرح کرد که در طی ۵ سال گذشته روند صادرات به صورت مستمر نزولی بوده است. به عبارت دیگر، بیشینه صادرات کالاهای دستی در سال ۸۹ صورت پذیرفته است و آنگاه در سال‌های آتی همواره این میزان با کاهش مواجه بوده است؛ به طوری که در سال ۹۱، این روند با کاهشی قابل ملاحظه همراه بوده است. به علاوه، در سه ماهه نخست سال ۹۳ نیز هیچ‌گونه مراوده بازرگانی در حوزه صنایع دستی میان این دو کشور صورت نپذیرفته است.

همچنین، بررسی اقلام صادراتی با توجه به جدول ۴-۳۵ نشان می‌دهد که طیف محصولات مسی، سرامیکی، چوبی، شیشه‌ای و سفالی در حجمی اندک به کشور کانادا صادر شده است. به نظر می‌رسد توجه به این کشور به عنوان یکی از بازارهای صادراتی به خصوص در سال‌های گذشته همواره با کاهشی چشمگیر همراه بوده است. در واقع صادرات تقریباً ۱۲۰ هزار دلاری کالاهای صنایع دستی به کشور کانادا در سال ۸۹ به میزان تقریباً ۴ هزار دلار در سال ۹۲ رسیده است. این در حالی است که در سه ماهه نخست سال ۹۳، هیچ‌گونه صادراتی نیز در حوزه صنایع دستی به این کشور انجام نشده است.

به طور کلی، با استناد به نگاره ۴-۴۰ و با توجه به مطالب مذکور، کشور کانادا، عمده‌ترین بازار هدف صادراتی در قاره امریکا به حساب می‌آید. صادرات صورت گرفته به سایر کشورهای این حوزه، مقادیر بسیار ناچیزی را شامل می‌شود.



نگاره ۴-۴۰ نمودار دایره‌ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره آمریکا

همان‌طور که در نمودار ۴-۴۰ مشاهده می‌شود، حجم صادرات صنایع دستی به سایر کشورهای حوزه آمریکا معادل ۲۹ درصد است و در مقایسه با حجم ۷۱ درصدی صادرات به کانادا، مقدار قابل ملاحظه‌ای به شمار نمی‌رود.

#### ۴-۴ تحلیل مراودات بازرگانی ایران در بازار صنایع دستی با کشورهای آفریقایی

##### ۴-۴-۱ بازار هدف صادراتی کشور کنیا

بنابر نظر شورای ارتقای صادرات کنیا، این کشور از رشد ۲۹ درصدی درآمدهای کشور از محل صادرات صنایع دستی در ماه نوامبر سال ۲۰۱۴ در مقایسه با مدت مشابه در سال ۲۰۰۹ بهره‌مند بوده است که این امر به رشد چشمگیر تقاضا برای صنایع دستی این کشور در اروپا، آسیا و آمریکا متکی بوده است.<sup>۱</sup> صنایع دستی این کشور شامل کیف، لباس سنتی، مجسمه‌های ساخته شده از عاج فیل و چوب، و نوع خاصی از مبلمان است. جدول ۴-۳۶ تعاملات بازرگانی کشور ایران و کنیا را با ذکر اقلام مورد مبادله نشان می‌دهد.

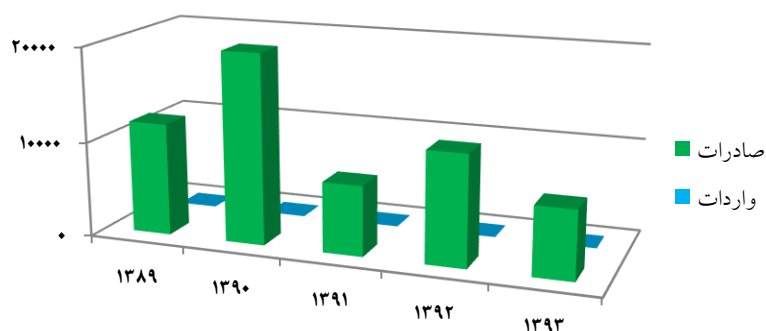
جدول ۴-۳۶ میزان تعاملات بازرگانی ایران با کشور کنیا در حوزه صنایع دستی

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۳	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	۷۲۰۰
	مجموع	۷۲۰۰
۱۳۹۲	سایر اشیاء از سرامیک	۹۱۲۵
	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	۲۵۲۰
	مجموع	۱۱۶۴۵

<sup>۱</sup>. خبرگزاری ایسنا مورخ ۱۳۹۳/۰۶/۱۵

سال	اقلام مورد معامله	ارزش دلاری
۱۳۹۱	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده
	مجموع	۷۳۸۰
۱۳۹۰	صادرات	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)
	صادرات	سایر ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش - خورده
	صادرات	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک
	مجموع	۱۹۹۸۰
۱۳۸۹	صادرات	مجسمه و سایر اشیای تزیینی (به استثنای چینی) از سرامیک
	صادرات	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی
	صادرات	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای، نقاشی شده، تراش خورده
	مجموع	۱۱۸۴۰

با استناد به جدول ۴-۳۶، ارتباط بازرگانی میان دو کشور ایران و کنیا در طی ۵ سال گذشته در حوزه محصولات صنایع دستی به صورت صادرات اقلام ساخت ایران به کشور کنیا بوده است. به عبارت دیگر، در طی این سال‌ها، واردات هیچ‌گونه اقلام صنایع دستی کنیا به ایران ثبت نشده است. در نگاره ۴-۴۱، روابط بازرگانی میان این دو کشور در قالب نمودار آشکار شده است.



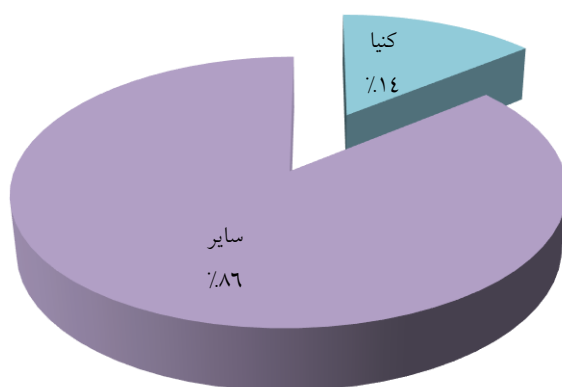
نگاره ۴-۴۱ ارزش دلاری میزان واردات و صادرات صنایع دستی با کشور کنیا

هم‌چنین، با توجه به نگاره ۴-۴۱ می‌توان روند صادرات به این کشور در طی سال‌های ۸۹-۹۳ را ملاحظه کرد. همان‌طور که در این نگاره مشاهده می‌شود، مسیر صادرات در طول این سال‌ها از نمودار سینوسی تبعیت می‌کند. به عبارت دیگر، افزایش صادرات در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۹ با کاهشی قابل‌ملاحظه مواجه می‌شود، به طوری‌که میزان آن در سال ۸۹ به کمینه خود

می‌رسد و مجدداً در سال ۹۲ میزان ارزش دلاری صادرات افزایش می‌یابد. هرچند این افزایش به بیشینه صادرات در سال ۹۰ نمی‌رسد. به نظر می‌رسد در سه ماهه نخست سال ۹۳ نیز میزان صادرات با روند صعودی مواجه باشد.

از سوی دیگر، با توجه به ارقام صادرات شده در طول ۵ سال گذشته (جدول ۴-۳۶) می‌توان چنین استنباط کرد که انواع محصولات صنایع دستی شیشه‌ای، سرامیکی، چوبی و مسی از ایران به کشور کنیا صادر شده است. هر چند ارزش دلاری این اقلام صادراتی همواره در طول این ۵ سال مبلغی کمتر از ۱۰ هزار دلار بوده است. تنها مورد استثنا، ارزش دلاری صادرات سال ۹۰ است که تقریباً معادل ۲۰ هزار دلار نشان داده است که نیمی از آن را صادرات مبلمان‌های صنایع دستی به صورت کارهای خراطی، معرق، خاتم و منبت در بر می‌گیرد.

با استناد به نگاره ۴-۴۲ مشخص می‌شود که مهم‌ترین بازار هدف صادراتی قاره آفریقا، کشور کنیا با حجم صادراتی معادل ۱۴ درصد است. سایر کشورهای این حوزه، که تعداد زیادی را در بر می‌گیرند، به تنهایی دارای میزان صادرات بسیار محدودی هستند. به طوری که حجم صادرات صورت گرفته به این کشورها در کل برابر ۸۶ درصد است. در واقع می‌توان چنین مطرح کرد که با وجود تعداد بسیار بازارهای هدف صادراتی در قاره آفریقا، حجم انجام شده بسیار محدود است. این امر نشان از عدم برنامه‌ریزی جامع و استفاده مناسب از بازارهای هدف صادراتی است. به طوری که به نظر می‌رسد، صادرات به سایر کشورهای آفریقایی به صورت اتفاقی بوده است.



نگاره ۴-۴۲ نمودار دایره‌ای درصد صادرات صنایع دستی با قاره آفریقا

به نظر می‌رسد، برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی‌های مناسب در جهت استفاده از بازار بزرگ قاره آفریقا می‌تواند حجم تبادلات بازرگانی در حوزه صنایع دستی را دوچندان سازد. به عبارت دیگر، افزایش حجم صادرات به هر یک از کشورهای آفریقایی، با در نظر گرفتن تعداد زیاد این کشورها، منجر به افزایش چشمگیر در حوزه فروش صنایع دستی می‌شود.

در ادامه، جهت تحلیل مناسب گروه‌های شاخص صنایع دستی در حوزه بین‌الملل، اطلاعات صادراتی مربوط به هر یک از گروه‌های صنایع دستی در طول ۵ سال گذشته مورد بررسی قرار می‌گیرند.

#### ۴-۵ اطلاعات صادراتی به بازارهای هدف صنایع دستی ایران

##### ۴-۵-۱ آثار فلزی ایران و بازارهای هدف صادراتی

تغییرات چشمگیر شیوه‌های زندگی از گذشته نسبت به حال، هدف تولید و چگونگی استفاده از آثار هنری فلزی را نیز تغییر داده است. در شرایط کنونی فرهنگی و اجتماعی جامعه، این رشته به سه گروه تقسیم می‌شود که عبارت از اشیا و ظروف فلزی کاربردی (مانند یراق‌آلات اسب، ادوات فلزی و ...)، اشیا و ظروف فلزی تزیینی (مانند تابلوهای قلم‌زنی، زیورآلات و ...)، و اشیا و ظروف فلزی کاربردی-تزیینی (ظروف مليله، قندیل‌های مشبك و ...) هستند. لازم به ذکر است، در حوزه آثار فلزی، جهت ساخت از روش‌های کوبشی (دوات‌گری، ورقه‌کاری، و پرس و خم‌کاری)، ریختگی (قالبی)، و ساز و بست (مليله‌سازی، قفل‌سازی، و ابزار و یراق‌آلات‌سازی)؛ و برای تزیین از شیوه‌های مشبك‌کاری، حکاکی، قلم‌زنی، کوفت‌گری (مفتول‌کوبی و ورق‌کوبی) و میناکاری استفاده می‌شود (ذریه زهرا، ۱۳۹۱). جدول ۴-۳۷ به طور آشکار، محصولات صادراتی و اطلاعات مربوط به آن در حوزه آثار فلزی را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۳۷ اطلاعات صادراتی آثار فلزی ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار فلزی	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده	اتریش	۱۳۹۹۶	امارات	ترکیه
		اردن	۴۰۳۲۶۰		
		اسپانیا	۱۸۹۰		
		امارات	۶۳۴۱۸۶		
		انگلستان	۲۲۵۰۰		
		ایتالیا	۴۴۱۳		
		ترکیه	۹۶۰		
		چین	۶۹۴۰۰		
		روسیه	۲۰۹۶۰		
		ژاپن	۲۵۲۰۰		
		عراق	۱۰۹۲۴۵		
		فرانسه	۲۰۹۵۲۰		
		قبرس	۳۰۴۰۰		
		قطر	۱۴۱۸۷۷		
		کانادا	۲۳۱۲		
		کویت	۱۳۶۰۰		
		لبنان	۱۷۹۲۰		
		مالزی	۱۱۶۸۰		
		نیوزیلند	۲۲۹۷		

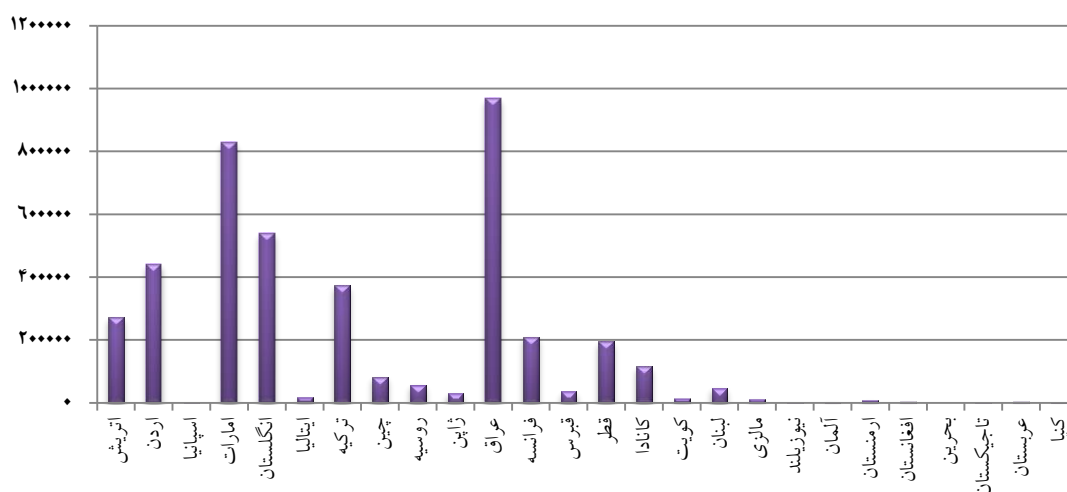


حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف
آثار فلزی	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، میناکاری شده		امارات	ترکیه
	مجموع ارزش دلاری صادرات	۱۷۳۵۶۱۶		
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس، قلم‌زنی	آلمان	۳۶۰۰	بحرین
		اتریش	۲۵۱۶۰۰	
		اردن	۱۰۸۰	
		ارمنستان	۹۱۸۰	
		افغانستان	۷۵۰	
		امارات	۶۲۷۲۶	
		انگلستان	۴۶۲۵۴۹	
		ایتالیا	۱۳۱۷۶	
		بحرین	۶۲۱	
		تاجیکستان	۲۲۵۰	
		ترکیه	۳۵۹۵۱۶	
		چین	۱۳۲۳۰	
		روسیه	۴۶۴۰	
		عراق	۳۳۳۳۸۰	
		عربستان	۴۸۰۰	
		قبرس	۶۳۰۰	
		قطر	۳۲۲۰۵	
		کانادا	۸۸۴۱۳	
		کنیا	۳۰۰۰	
		لبنان	۱۹۶۰۰	
	مجموع ارزش دلاری صادرات	۱۶۷۲۶۱۶		
	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	اتریش	۶۶۰۰	امارات
		اردن	۳۲۶۰۰	
		افغانستان	۳۲۰۰	
		امارات	۸۷۷۴۰	
		انگلستان	۴۹۵۰۰	
		ترکیه	۱۰۵۵۸	
		روسیه	۱۲۸۰۰	
		ژاپن	۵۹۲۰	

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف	حوزه هنرهای صناعی
آثار فلزی	مصنوعات از مس به صورت میناکاری شده	عراق	۲۶۶۲۰	امارات	اتریش
		قطر	۱۲۱۶۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۴۷۶۹۸		
	مصنوعات از مس به صورت قلم‌زنی	اردن	۲۹۵۰	عراق	مالزی
		امارات	۱۶۰۲۶		
		انگلستان	۴۵۰۰		
		روسیه	۱۹۳۱۰		
		عراق	۴۸۸۷۰۰		
		قطر	۸۵۵۰		
		کانادا	۲۵۰۱۲		
		مالزی	۶۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۶۵۶۴۸		
	سایر اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه، اشیای خانه‌داری و اجزا و قطعات آن از مس فیروزه‌کوب	امارات	۲۶۱۰۰	امارات	-
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۶۱۰۰		
	طلاآلات یا نقره‌آلات و اجزاء آنها از نقره، کحتی آبکاری شده، روکش شده یا پوشش شده با فلزات گرانبها، حکاکی، قلم‌زنی شده	امارات	۱۳۱۰	عراق	امارات
		عراق	۹۷۳۵		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۱۰۴۵		
	زیورآلات یا جواهرآلات و اجزای آنها از نقره به صورت سنتی، صنایع دستی مرصع	لبنان	۱۰۰۰۰	لبنان	-
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۰۰۰۰		
	کارد با تیغه ثابت (غیر از کاردهای سر میز)	ترکیه	۱۹۵۰	ترکیه	-
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۹۵۰		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آثار فلزی		۴۲۷۰۶۷۳		

همان‌طور که در جدول ۴-۳۷ ملاحظه می‌شود، عمده بازارهای هدف صادراتی شامل کشورهای امارات، انگلستان و عراق است. به علاوه، با مقایسه ارقام صادراتی محصولات ساخته شده مسی در دو روش میناکاری شده و قلمزنی شده، به نظر می‌رسد که تقاضای خارجی هر دو گروه محصولات با توجه به کاربردهای مختلف منزل و محیط کار، در سطح تقریباً یکسانی باشد. سایر محصولات این گروه نیز از سطح صادرات نسبتاً اندک برخوردار هستند. به طوری که می‌توان چنین استنباط کرد که بخش عمده صادرات در این گروه به محصولات میناکاری شده و قلمزنی شده اختصاص دارد.

نگاره ۴-۴۳، به نحوی آشکار ارزش دلاری صادرات صورت پذیرفته به بازارهای هدف را نشان می‌دهد. شایان ذکر است، در این نگاره، صرفاً صادرات آثار فلزی به بازارهای هدف مورد توجه قرار گرفته است. در این گروه، انواع مصنوعات و اشیای مسی (به صورت قلمزنی، میناکاری و فیروزه‌کوب)، جواهرآلات و کارد، مورد معامله قرار گرفته است. البته، بنابر داده‌های جدول ۴-۳۷، بازار هدف صادراتی جواهرآلات، اعم از طلا و نقره، کشورهای عربی از قبیل امارات، عراق، و لبنان بوده‌اند؛ هر چند، رقم صادراتی چندان قابل توجه به نظر نمی‌آید. ولی با توجه به اینکه تقاضایی در این بازارها ملاحظه می‌شود، می‌توان با برنامه‌ریزی دقیق، نه تنها فروش بیشتری به این بازارها داشت، بلکه حیطه فعالیت را به بازارهای دیگر گسترش داد.



نگاره ۴-۴۳ حجم صادرات آثار فلزی به بازارهای هدف صادراتی

با توجه به نگاره ۴-۴۳، محصولات صنایع دستی فلزی در فاصله زمانی ۸۹-۹۳ به ترتیب به کشورهای عراق، امارات، انگلستان، اردن، ترکیه، اتریش، فرانسه و قطر صادر شده است. میزان ارزش دلاری دریافتی از محل صادرات این گروه محصولات از سایر کشورها بسیار اندک است و در بهترین حالت، به مرز ۱۲۰ هزار دلار هم نمی‌رسد. صادرات صورت پذیرفته به بازارهای هدف صادراتی عراق، انگلستان، ترکیه و اتریش بیشتر شامل اشیاء و مصنوعات مسی به صورت قلمزنی است. در حالی که عمده صادرات آثار فلزی به کشورهای امارات، اردن، فرانسه و قطر در برگیرنده اشیای مسی به صورت میناکاری شده است. هر چند

صادرات انجام شده به هر یک از این کشورها چندان قابل ملاحظه نیست، ولی به دلیل وجود تقاضا در این کشورها، می‌توان با برنامه‌ریزی منسجم صادراتی، فعالیت در این بازارهای هدف را گسترش داد.

#### ۴-۵-۲ آثار سفالی ایران و بازارهای هدف صادراتی

در زمینه هدف و کاربرد آثار سفالی باید مطرح کرد که گروهی از این آثار، همواره ظروف مناسبی برای نگهداری مواد خوراکی بوده‌اند و گروهی دیگر، به عنوان مصالح ساختمانی مانند انواع آجر و کاشی، کتیبه‌های برجسته و هم‌چنین انواع پیکره، وسایل روشنایی و ... به کار می‌روند. بدنه‌های سفالی به صورت خام یا پخته، هر کدام دارای ویژگی خاصی برای تزئین هستند. نقوش برجسته (سه‌بعدی) روی بدنه خام و نقوش رنگی با لعاب یا رنگ روی بدنه پخته اجرا می‌شود. برای تزئین سفالینه‌های لعاب‌دار و بدون لعاب از انواع نقوش گیاهی، حیوانی، انسانی، اشیای هندسی، خطوط و ... با رنگ‌های گوناگون می‌توان استفاده کرد. هم‌چنین اشیای سفالی نقش برجسته را می‌توان لعاب (یکدست، رنگین و یا بی‌رنگ) داد (کیان اصل، ۱۳۹۱). در جدول ۴-۳۸، محصولات صادراتی و اطلاعات مربوط به آن در حوزه آثار سفالی نشان داده شده است.

جدول ۴-۳۸ اطلاعات صادراتی آثار سفالی ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار سفالی	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال بدون لعاب	افغانستان	۱۳۶۱	عراق	انگلستان
		امارات	۳۸۵۴۸۹		
		انگلستان	۸۰		
		روسیه	۵۹۲۸		
		عراق	۵۵۹۷۴۱		
		قطر	۸۴۳۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۹۶۱۰۲۹		
	اشیای سر میز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	آذربایجان	۱۹۵۷۸	عراق	انگلستان
		آلمان	۳۳۶۶۹		
		اردن	۵۷۶۰		
		امارات	۵۸۶۰۹		
		انگلستان	۱۴۱		
		ایتالیا	۴۴۰۱۶		
		ترکیه	۲۶۷۶		
		ژاپن	۲۰۰		
		عراق	۶۰۲۴۱۲		
		فرانسه	۹۸۳۴		
		قزاقستان	۶۵۰		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار سفالی	اشیای سرمیز، آشپزخانه، سایر اشیای خانه و پاکیزگی از سفال لعاب‌زده	قطر	۱۱۰۶	عراق	انگلستان
		مجموع ارزش دلاری صادرات		۷۷۸۶۵۱	
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سفال	آلمان	۲۷۳۰۰	امارات	چین
		اردن	۹۰۰		
		افغانستان	۷۳۳		
		امارات	۶۴۴۶۰۳۱		
		انگلستان	۲۲۴۰		
		ایتالیا	۶۱۲۵۰		
		ترکیه	۴۵۰۰		
		چین	۵۱۶		
		سوئیس	۱۲۰۰		
		عراق	۳۸۲۵		
		کویت	۱۳۸۴۵		
		فرانسه	۱۰۴۰		
		کانادا	۲۸۱۰		
		هلند	۴۱۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۶۵۷۰۲۹۰		
	سایر اشیای از سفال	ارمنستان	۳۰۷۸	عراق	انگلستان
		اسپانیا	۴۰۵۰		
		افغانستان	۸۱۶۱		
		امارات	۷۳۹۸۶۱		
		انگلستان	۲۸۸۰		
		ایتالیا	۲۶۳۷۸		
		ترکیه	۴۵۶۰۰		
		روسیه	۲۰۹۰۱		
		عراق	۶۵۴۹۴۰۶		
		فرانسه	۳۱۲۶۳		
		قطر	۱۳۶۴۶۲		
		لبنان	۱۳۰۹۴		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۷۵۸۱۱۳۴		
	کاشی یا سرامیک معرق	آذربایجان	۴۲۷۰۰	عراق	انگلستان

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار سفالی	کاشی یا سرامیک معرق	ارمنستان	۲۰۶۴۰	عراق	انگلستان
		امارات	۳۲۸۴۳۶		
		اندونزی	۱۹۰۲		
		انگلستان	۲۸۸		
		بحرین	۳۶۲۲۴۷		
		تایلند	۱۵۹۴۸۰		
		عراق	۸۸۳۴۱۳		
		عربستان	۷۸۰۰		
		کویت	۱۳۲۰۷		
		مالزی	۱۵۶۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۸۳۵۷۱۳		
	کاشی یا سرامیک نقاشی شده	آلمان	۱۶۶۶۰	عراق	نیوزیلند
		اتریش	۷۴۷۹		
		افغانستان	۱۴۱۱۹		
		امارات	۶۰۲۷۰۳		
		اندونزی	۲۱۸۹		
		بحرین	۱۷۰۷۲۹		
		پاکستان	۹۷۱۶۴		
		تاجیکستان	۱۱۶۴۰		
		تایلند	۴۸۰		
		ترکمنستان	۲۰۸		
		سویس	۱۱۸۸		
		عراق	۱۸۳۶۷۱۷		
		عربستان	۴۸۱۴۱۵		
		قطر	۴۱۷۲۱		
		کویت	۲۳۲۷۰		
		لبنان	۶۶۸۹۳		
		مالزی	۸۲۶۱۶		
		نیوزیلند	۷۸		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۴۵۷۲۶۹		
	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	آلمان	۱۴۸۳۹	عراق	قزاقستان
		اتریش	۱۶۲۵		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار سفالی	مجسمه و سایر اشیای تزئینی (به استثنای چینی) از سرامیک	اردن	۱۶۰۵۰	عراق	قزاقستان
		امارات	۱۲۶۲		
		انگلستان	۱۷۴۰		
		ایتالیا	۴۸۰۰		
		تاجیکستان	۲۲۵۶۰		
		ترکیه	۴۶۵۸۰		
		چین	۱۹۱۴۴		
		ژاپن	۳۷۰۰		
		سوئیس	۳۳۸۰		
		عراق	۶۴۳۲۶		
		فرانسه	۵۵۳۰		
		قزاقستان	۷۲۰		
		کنیا	۶۶۳۰		
		گرجستان	۲۱۷۸		
		لبنان	۳۵۵۸		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۱۸۶۲۲		
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، بدون لعب	امارات	۴۵۳۷	امارات	کانادا
		کانادا	۹۷۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۵۰۷		
	اشیای سر میز، اشیای آشپزخانه از سرامیک، لعب‌زده	آلمان	۱۸۵۵	عراق	ایتالیا
		ایتالیا	۷۳۰		
		ترکیه	۴۲۶۳۰		
		عراق	۸۷۲۴۴۳		
		مالزی	۳۷۱۸		
		هلند	۹۳۵۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۰۱۴۸۷۶		
	سایر اشیا از سرامیک	آذربایجان	۱۵۰۰	امارات	نیوزیلند
		آلمان	۷۴۰۶۹		
		اتریش	۱۷۴۹۰		
		ارمنستان	۳۰۰۰		
		امارات	۶۴۲۰۳۰		
		انگلستان	۱۴۴۶۰		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار سفالی	سایر اشیاء از سرامیک	ایتالیا	۶۹۶۶۰	امارات	نیوزیلند
		تاجیکستان	۱۴۴۰۰		
		ترکیه	۲۱۷۸۱۴		
		چین	۴۱۳۰		
		عراق	۳۶۶۳۸۴		
		فرانسه	۳۹۰۴۵		
		قزاقستان	۴۱۲۵		
		کنیا	۹۱۲۵		
		لبنان	۱۰۶۶۴		
		نیوزیلند	۲۴۰		
		هلند	۲۶۵۰۵۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۷۵۳۱۸۶		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آثار سفالی		۲۴۱۷۶۲۷۷		

با توجه به جدول ۴-۳۸، بازارهای هدف صادراتی در این گروه محصولات، کشورهای امارات و عراق هستند. به علاوه، ارقام صادراتی بخش‌های مختلف این گروه مشخص می‌کند که محصولات کار شده و تزیین شده بیشتر از محصولات دیگر مورد توجه خریداران خارجی قرار گرفته است. این مورد نشان‌دهنده استقبال بازارهای هدف سایر کشورها از طرح و نقش ایرانی است. هم‌چنین، اشیای سفالی و کاشی یا سرامیک نقاشی شده، نسبت به سایر محصولات این گروه از فروش بیشتری برخوردار بوده‌اند. نگاره ۴-۴۴، میزان صادرات انجام شده در رشته آثار سفالی به بازارهای هدف صادراتی را بر حسب ارزش دلاری نشان می‌دهد. اقلام مشتمل در این گروه عبارت از اشیای سفالی و سرامیکی (به صورت بدون لعاب و لعاب زده)، مجسمه و اشیای تزیینی از سفال و سرامیک، و کاشی یا سرامیک معرق و نقاشی شده هستند.

همان‌طور که در نگاره ۴-۴۴ مشخص شده است، بخش عمده صادرات آثار سفالی به ترتیب به کشورهای عراق و امارات اختصاص دارد. صادرات انجام شده به کشور عراق در دوره زمانی ۵ ساله، تقریباً معادل ۱۱/۷ میلیون دلار بوده است که سهم بزرگی از آن به صادرات اشیای سفالی (۶/۵ میلیون دلار) و کاشی یا سرامیک نقاشی شده (۱/۸ میلیون دلار) تعلق دارد. محصولات به فروش رفته در بازار هدف صادراتی امارات نیز عمدتاً (تقریباً ۷۰٪) شامل مجسمه و اشیای تزیینی ساخته شده از سفال است.





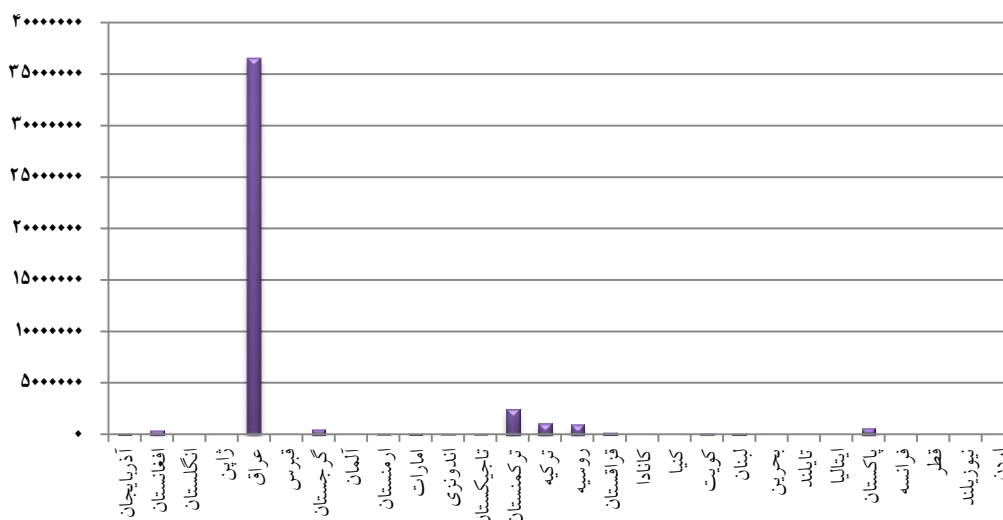
حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آبگینه	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های تزئینی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای بدون تزئین	ژاپن	۶۴۲۰	عراق	انگلستان
		عراق	۲۶۵۴۹۷		
		قبرس	۳۳۰۰		
		گرجستان	۶۱۶۷		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۰۲۴۴۶		
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز (به غیر از لیوان‌های نوشیدنی) یا مقاصد آشپزخانه‌ای نقاشی شده، تراش خورده	آذربایجان	۴۱۵۸۰	عراق	قبرس
		آلمان	۱۸۶۰		
		ارمنستان	۱۹۹۰		
		افغانستان	۱۴۹۴۸۷		
		امارات	۳۶۴۲۵		
		اندونزی	۲۵۲۰		
		انگلستان	۴۴۵۴		
		تاجیکستان	۴۳۵۱۷		
		ترکمنستان	۱۵۸۲۵۶		
		ترکیه	۵۰۳۶۳۷		
		روسیه	۹۰۰۷۱۲		
		عراق	۳۵۸۷۲۵۸		
		قبرس	۲۱۰		
		قزاقستان	۱۸۴۰		
		کانادا	۱۱۴۰		
		کنیا	۱۰۰۴۰		
		کویت	۱۹۵۵۱		
		گرجستان	۱۶۹۸۲		
		لبنان	۶۰۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۴۸۷۴۵۹		
	ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی بدون تزئین	افغانستان	۵۹۶۵	عراق	تایلند
		بحرین	۱۷۲۵۰		
		تایلند	۳۴۲۰		
		عراق	۲۷۴۳۶۹		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۰۱۰۰۴		
	ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توالت، تزئینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	آذربایجان	۲۳۳۹۰	عراق	قبرس
		آلمان	۱۱۴۰		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آبگینه	ظروف شیشه‌ای برای محل کار، توال، تزیینات داخلی یا مقاصد مشابه، نقاشی شده، تراش خورده	ارمنستان	۵۱۶۸۳	عراق	قبرس
		افغانستان	۱۹۸۰۶۱		
		امارات	۶۷۲۷۳		
		انگلستان	۷۴۰۵		
		ایتالیا	۵۷۹۲		
		پاکستان	۵۹۷۶۰۶		
		تاجیکستان	۲۷۶۰		
		ترکمنستان	۲۳۲۱۶۰۹		
		ترکیه	۵۵۹۹۸۰		
		روسیه	۲۵۰۶۱		
		ژاپن	۱۸۱۲		
		عراق	۲۳۶۹۸۸۲۰		
		فرانسه	۹۹۵۲		
		قبرس	۶۷۵		
		قزاقستان	۱۸۸۰۰۴		
		قطر	۵۴۰۰		
		کانادا	۱۷۹۴		
		کنیا	۱۹۱۸۰		
		کویت	۱۲۳۶۶۷		
		گرجستان	۴۵۲۴۷۱		
		لبنان	۱۲۱۴۶۵		
		نیوزیلند	۱۲۹۶		
مجموع ارزش دلاری صادرات			۲۸۴۸۶۲۹۶		
	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزیین	عراق	۷۹۷۲۲۷۰	عراق	قزاقستان
		قزاقستان	۴۵۰۰		
مجموع ارزش دلاری صادرات			۷۹۷۶۷۷۰		
آذربایجان	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	آذربایجان	۹۰	عراق	
		اردن	۵۰۰۰		
		افغانستان	۲۲۱۰۰		
		امارات	۳۲۵		
		ترکمنستان	۵۰۹۸		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آبگینه	ظروف شیشه‌ای از نوع مورد استفاده برای سر میز یا آشپزخانه‌ای از شیشه دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	ترکیه	۴۳۹۵	عراق	آذربایجان
		عراق	۴۵۰۵۶۶		
		کانادا	۸۰۴۰		
		گرجستان	۶۳۲۳		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۰۱۹۳۷		
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، بدون تزئین	آلمان	۱۳۲۰	عراق	آلمان
		اندونزی	۲۶۷۲		
		عراق	۲۷۲۰۰۵		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۷۵۹۹۷		
	سایر اشیاء از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی، نقاشی شده، تراش خورده	امارات	۴۱۹۳	اندونزی	امارات
		اندونزی	۳۵۹۱۰		
		روسیه	۲۲۸۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۶۲۹۰۳		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آبگینه		۴۳۳۹۴۸۱۲		

بنابر جدول ۴-۳۹، کشورهای عراق و ترکمنستان به عنوان مهم‌ترین بازارهای هدف صادراتی این گروه به شمار می‌روند. به طور کلی، بخش عمده صادرات محصولات این گروه به کشور عراق صورت پذیرفته است. هم‌چنین، با بررسی اقلام صادراتی در گروه آبگینه، ملاحظه می‌شود که ظروف و اشیای نقاشی شده و تراش خورده در مقایسه با کالاهای بدون تزئین، با اقبال فروش بسیار بیشتری روبرو بوده است؛ به طوری‌که می‌توان حجم عمده صادرات این گروه را به محصولات کار شده با طرح و نقش ایرانی نسبت داد. نگاره ۴-۴۵، میزان صادرات آبگینه به بازارهای هدف خارجی را بر حسب دلار مشخص می‌کند. در گروه آبگینه، انواع محصولات صنایع دستی از قبیل ظروف شیشه‌ای برای مصارف خانگی یا محل کار (به صورت بدون تزئین یا نقاشی شده و تراش خورده) و اشیای شیشه‌ای از شیشه‌های دارای ضریب انبساط خطی (بدون تزئین یا نقاشی شده و تراش خورده) مورد معامله قرار گرفته است.

بنابر نگاره ۴-۴۵، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی محصولات آبگینه، کشور عراق با صادرات تقریباً معادل ۳۶/۵ میلیون دلار است. پس از آن ترکمنستان (۲/۵ میلیون دلار)، ترکیه (۱/۱ میلیون دلار) و روسیه (۹۵۰ هزار دلار)، به عنوان دیگر مقاصد صادراتی آبگینه ایران به حساب می‌آیند. ارز دریافتی از محل صادرات این گروه محصولات به سایر کشور، با توجه به نگاره ۴-۴۵، در بیشترین حالت خود (کشور پاکستان) از مرز ۶۰۰ هزار دلار فراتر نمی‌رود. لازم به ذکر است، ارقام مطرح شده مربوط به مجموع صادرات محصولات صنایع دستی طی ۵ سال اخیر است که نشان‌دهنده فعالیت بسیار محدود در این بازارهای صادراتی است.



نگاره ۴-۴۵ حجم صادرات آبگینه به بازارهای هدف صادرات

بخش بزرگی از صادرات این گروه به عراق، شامل ظروف شیشه‌ای برای مصارف محل کار به صورت نقاشی شده و تراش خورده است (حدود ۶۵ درصد). به علاوه، قسمتی از صادرات آبگینه به این بازار هدف به صورت ظروف شیشه‌ای با مصارف منزل از شیشه دارای ضریب انبساط خطی و بدون تزئین، و نیز ظروف شیشه‌ای برای مصارف خانگی به صورت نقاشی شده و تراش خورده هستند. در بازار هدف ترکمنستان نیز، مهم‌ترین بخش صادرات به ظروف شیشه‌ای برای مصارف محل کار به صورت نقاشی شده و تراش خورده اختصاص دارد. در حالی که کشور ترکیه، پذیرای ظروف شیشه‌ای نقاشی شده و تراش خورده، هم برای مصارف خانگی و هم محل کار است. میزان صادرات صورت گرفته در این دو بخش نیز تقریباً با یکدیگر برابر است. در نهایت، قسمت عمده صادرات آبگینه به بازار روسیه، شامل ظروف شیشه‌ای برای مصارف منزل به صورت نقاشی شده و تراش خورده است.

همان‌طور که در مجموع مشخص می‌شود، بازارهای خارجی بیشتر تمایل به خرید محصولات شیشه‌ای کار شده ایران دارند. در واقع، آنچه بیشتر در ذهن و خواسته خریداران خارجی نقش بسته است، طرح و قلم دست ایرانی است که خودنمایی می‌کند. این نشان از مقبولیت گسترده نقوش ایرانی در کشورهای هدف است که با تدوین برنامه‌ها و استراتژی‌های مناسب می‌تواند پذیرش جهانی داشته باشد.

#### ۴-۵-۴ آثار چوبی ایران و بازارهای هدف صادراتی

چوب به دلیل فراوانی، قابلیت حمل، ساخت و تزئین آسان، رنگ و بافت طبیعی و متنوع آن ماده بسیار مناسبی برای تولید آثار هنری به شمار می‌رود. آثار هنری چوبی در دوره‌های مختلف به شکل گسترده‌ای در زندگی انسان‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. انواع در و پنجره‌ها، ستون و نرده، صندوق، منبر، قاب عکس، رحل، صندلی، جداکننده فضاها (پاراوان)، وسایل و ظروف آشپزخانه و ... که با انواع نقش و نگارها تزئین شده‌اند، از جمله این آثار هستند. آثار هنری چوبی با توجه به نوع کاربرد

به صورت مسطح و حجمی با استفاده از طرح‌ها و نقش‌های سنتی ساخته و تزیین می‌شوند. بهره‌گیری از رنگ، رگه‌ها و بافت طبیعی چوب از ویژگی‌هایی است که در ساخت این آثار مورد توجه هنرمند قرار می‌گیرد. هم‌چنین از گل میخ‌ها و یراق‌آلات فلزی به عنوان آرایه در هنرهای چوبی استفاده می‌شود.

ساخت و تزیین چوب را به روش‌های تراش، برش، برش و بست، و یا ترکیبی انجام می‌دهند. به تناسب بهره‌گیری از روشهای مذکور، هنر درودگری سنتی به انواع مختلفی تقسیم می‌شود که عبارت از خراطی، منبت‌کاری، مشبک‌کاری، گره‌چینی، معرق‌کاری، نازک‌کاری، خاتم‌کاری، معرق منبت، معرق خاتم و احجام چوبی هستند (ذریه زهرا، ۱۳۹۱). جدول ۴-۴۰، محصولات صادراتی و اطلاعات مربوط به آن در حوزه آثار چوبی را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۴۰ اطلاعات صادراتی آثار چوبی ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار چوبی	مبل‌های صنایع دستی (خراطی، معرق، خاتم و منبت و ....)	آذربایجان	۵۷۳۷	عراق	انگلستان
		ارمنستان	۳۷۸۰		
		افغانستان	۲۵۲۰		
		امارات	۸۳۷۶		
		انگلستان	۶۰۰		
		تاجیکستان	۱۱۵۸۵		
		تایلند	۱۴۱۷۱		
		ترکمنستان	۲۸۶۸۰		
		ترکیه	۲۲۶۸		
		عراق	۷۱۵۰۷۲		
		قزاقستان	۱۹۲۲۸		
		کنیا	۱۰۰۷۰		
		گرجستان	۴۴۷۸۹		
		مالزی	۲۹۲۷۱		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۸۹۶۱۴۷		
	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	آلمان	۱۳۶۹۲۹	امارات	ژاپن
		اردن	۱۹۱۹۷۰		
		اسپانیا	۴۶۷۵۶		
		امارات	۷۵۴۶۷۷۹		
		اندونزی	۸۷۱۲۰		
انگلستان		۲۱۹۳			
ایتالیا		۲۵۷۷۶			

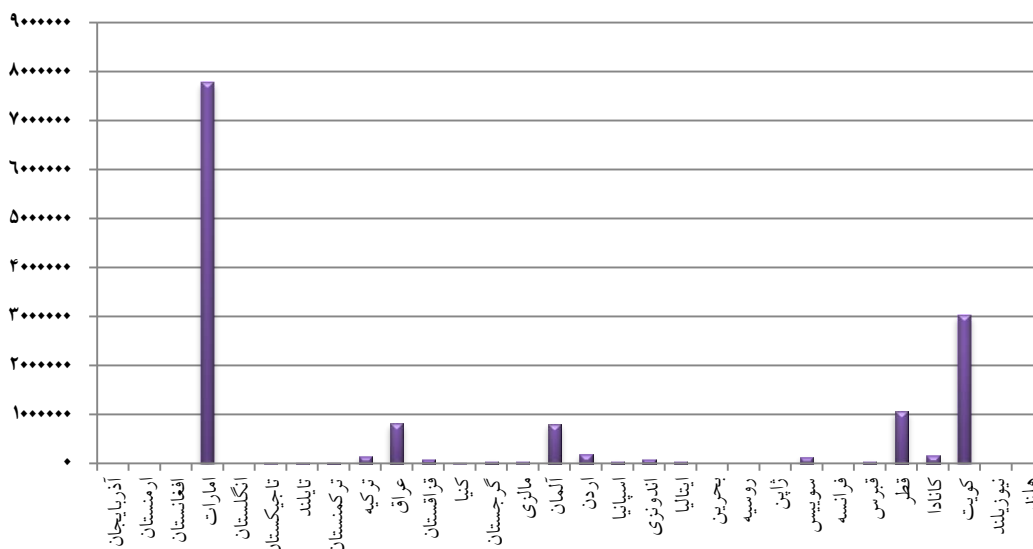
حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار چوبی	چوب خاتم‌کاری شده و منبت‌کاری شده، صنایع دستی به صورت جعبه برای زیورآلات و کارد و چنگال، اشیای چوبی، مبلمان	بحرین	۷۹	امارات	ژاپن
		ترکیه	۱۲۵۷۵۰		
		روسیه	۶۵۸۷		
		ژاپن	۴۰		
		سوئیس	۸۴۴		
		عراق	۲۲۴۱۸		
		فرانسه	۸۴۰		
		قبرس	۴۰۸۰۰		
		قزاقستان	۵۳۷۰۲		
		قطر	۱۰۲۷۳۸۹		
		کانادا	۱۵۹۰۶۰		
		کویت	۳۰۲۳۲۴۸		
		نیوزیلند	۶۲۸۰		
		هلند	۴۸۰۰		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۲۵۰۹۳۶۰		
	صنایع دستی چوبی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم به جز رخت‌آویز و خلال چوب کبریت	ایتالیا	۱۰۳۸۳	ایتالیا	فرانسه
		روسیه	۲۱۱۲		
		عراق	۵۰۲۳		
		فرانسه	۱۶۸		
		کویت	۲۳۹۴		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۲۰۰۸۰		
	در، چهارچوب، دوره و آستانه در از چوب به صورت صنایع دستی شامل گره چینی (قطعات چوبی متشکل از گره‌های هندسی قابل استفاده در سطوح)	ارمنستان	۲۰۰	عراق	ارمنستان
		اسپانیا	۳۶۰		
		ترکیه	۸۸۷۹		
		عراق	۳۷۶۴۵		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۴۷۰۸۴		
	رخت‌آویز چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	آلمان	۴۴۳	عراق	آلمان
		افغانستان	۵۴۴		
		سوئیس	۱۱۲۰		
		عراق	۱۱۵۲		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۳۲۵۹		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	بااهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
آثار چوبی	مجسمه‌های کوچک و سایر اشیای تزئینی از چوب به صورت صنایع دستی شامل خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری، منبت، نقاشی روی چوب خاتم	آلمان	۶۶۱۷۴۰	آلمان	کانادا
		امارات	۲۲۴۱۶۱		
		ترکیه	۳۸۶۰		
		سوئیس	۱۲۹۷۵۴		
		عراق	۲۶۸۹۲		
		فرانسه	۲۰۰۰		
		قطر	۳۶۵۸۸		
		کانادا	۵۵۰		
		مالزی	۱۴۸۵		
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۱۰۸۷۰۳۰		
	مصنوعات چوبی صنایع دستی شامل خراطی، معرق و مشبک، منبت، نازک‌کاری، نقاشی روی چوب خاتم برای سرویس میز یا آشپزخانه	عراق	۵۴۵۰	عراق	-
	مجموع ارزش دلاری صادرات		۵۴۵۰		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه آثار چوبی		۱۴۵۶۸۴۱۰		

همان‌طور که در جدول ۴-۴ مشاهده می‌شود، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی، کشور امارات است. به طوری که بیش از نیمی از صادرات گروه آثار چوبی به این کشور صورت پذیرفته است. هم‌چنین، صادرات چوب خاتم‌کاری شده در قالب محصولات مختلف، مهم‌ترین بخش صادراتی گروه محصولات چوبی را در بر می‌گیرد. در واقع، با توجه به جدول ۴-۴ می‌توان چنین استنباط کرد که صادرات چوب خاتم‌کاری شده با کشور امارات، بخش عمده صادرات آثار چوبی را به خود اختصاص می‌دهد. در نگاره ۴-۴، حجم صادرات صورت پذیرفته در گروه آثار چوبی در قالب نمودار نشان داده شده است. در این رشته صنایع دستی، طیفی از محصولات شامل چوب خاتم‌کاری و منبت‌کاری شده، مبل، رخت‌آویز چوبی، در، چهارچوب، دوره، آستانه، در، مجسمه و اشیای تزئینی، و مصنوعات و صنایع دستی چوبی به صورت خراطی، معرق، مشبک، نازک‌کاری و منبت، به بازارهای خارجی ارسال شده است.

چنانکه در نگاره ۴-۴ ملاحظه می‌شود، بخش عمده صادرات آثار چوبی به ترتیب به بازارهای هدف امارات، کویت، قطر، آلمان و عراق صورت پذیرفته است. ارزش دلار دریافتی از صادرات به دیگر کشورها کمتر از ۲۰۰ هزار دلار است که در مقایسه با صادرات انجام شده به سایر بازارهای هدف صادراتی، رقم بسیار ناچیزی به شمار می‌رود.





نگاره ۴-۴۶ حجم صادرات آثار چوبی به بازارهای هدف صادرات

با توجه به اقلام صادر شده به کشورهای امارات، کویت و قطر بر اساس جدول ۴-۴۰، بیشترین فروش انجام شده در این گروه، به چوب خاتم کاری و منبت کاری شده تعلق دارد. در حالی که مجسمه‌های کوچک و اشیای تزئینی از چوب، بیشتر مورد توجه خریداران آلمانی بوده است. به علاوه، در کشور عراق، بخش عمده‌ای از صادرات آثار چوبی به مبلمان صنایع دستی اختصاص دارد. به طور مشترک، آنچه در سطح بین‌الملل مورد تقاضای مشتریان خارجی قرار گرفته است، طرح خراطی، معرق، مشبک، نازک کاری، منبت، و نقاشی ایرانی بر روی چوب بوده است.

#### ۴-۵-۵ دست‌بافت‌های سنتی ایران و بازارهای هدف صادراتی

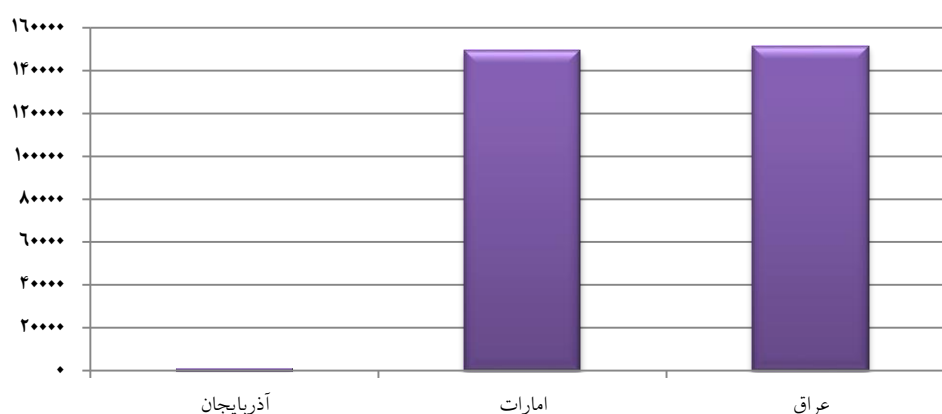
دست‌بافت‌های سنتی بیشتر به صورت تخت و به شکل‌های مستطیل و مربع در اندازه‌های مختلف بافته می‌شوند. البته گاهی به شکل‌های دیگر مانند دایره، چندضلعی و حتی بیضی نیز تولید می‌شوند. برخی از بافته‌ها نیز از قبیل ظروف حصیری و بامبو در شکل‌های سه‌بعدی (حجمی) ساخته می‌شوند تا کارایی لازم را داشته باشند. گاهی هم بافندگان با ذوق و مبتکر، احجامی را می‌بافند که بیشتر جنبه نمایشی دارند. دست‌بافت‌های سنتی معمولاً از طرح‌ها و نقش‌ها، و رنگ‌آمیزی‌های گوناگونی برخوردارند (نیکویی، ۱۳۹۱). جدول ۴-۴۱ به طور آشکار، محصولات صادراتی و اطلاعات مربوط به آن در حوزه دست‌بافت‌های سنتی را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۴۱ اطلاعات صادراتی دست‌بافت‌های سنتی ایران

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف	کم‌اهمیت‌ترین بازار هدف
دست‌بافت‌های سنتی	مصنوعات سبد و حصیری و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی	آذربایجان	۱۲۰۰	امارات	آذربایجان
		امارات	۱۴۴۶۲۱		
		عراق	۷۵۲۰۳		

حوزه هنرهای صناعی	محصولات صادراتی	کشورهای هدف	ارزش دلاری	باهمیت‌ترین بازار هدف
دست‌بافت‌های سنتی	مصنوعات سبد و حصیربافی و اشیایی که مستقیماً به شکل معین از مواد قابل بافت ساخته شده‌اند از نخل رونده به غیر از صنایع دستی کپوبافی		امارات	آذربایجان
	مجموع ارزش دلاری صادرات	۲۲۱۰۲۴		
	صنایع دستی شامل کپوبافی بجز بامبو و نخل رونده	امارات	عراق	امارات
		عراق		
	مجموع ارزش دلاری صادرات	۸۱۱۰۰		
	مجموع کل ارزش دلاری صادرات گروه دست‌بافت‌های سنتی	۳۰۲۱۲۴		

با توجه به جدول ۴-۴۱، بازارهای هدف صادراتی امارات و عراق، بخش عمده صادرات دست‌بافت‌های سنتی را شامل می‌شوند. به علاوه، در این گروه، آثار مصنوعات سبد و حصیربافی بیشتر مورد تقاضای خریداران خارجی قرار گرفته است. هر چند مجموع کل ارزش دلاری دریافتی از محل صادرات کالاهای این گروه، رقم ناچیزی به شمار می‌رود. نگاره ۴-۴۷، حجم صادرات این رشته از صنایع دستی به بازارهای هدف خارجی بر حسب ارزش دلاری نشان داده شده است. دست‌بافت‌های سنتی رقم بسیار ناچیزی را در صادرات صنایع دستی در اختیار دارند. به طوری که در مقایسه با صادرات سایر رشته‌های این حوزه، تقریباً جایگاهی ندارند و از سهم خاصی در صادرات صنایع دستی برخوردار نیستند. مجموع صادرات انجام شده دست‌بافت‌های سنتی در دوره زمانی ۵ ساله، در کل حدود ۳۰۰ هزار دلار است. هم‌چنین، تعداد بازارهای هدف صادراتی نیز در این گروه محدود است.

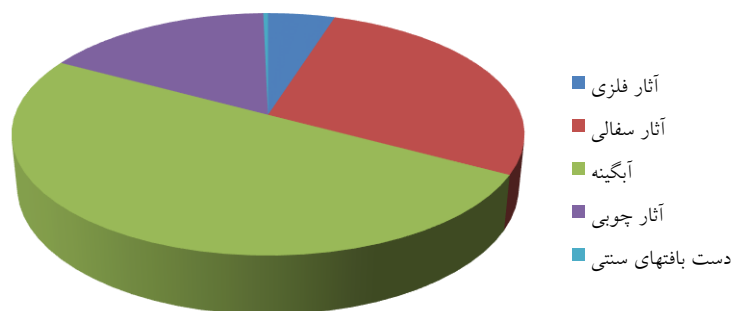


نگاره ۴-۴۷ حجم صادرات دست‌بافت‌های سنتی به بازارهای هدف صادراتی

با توجه به نگاره ۴-۴۷، کشورهای عراق، امارات و آذربایجان، مقاصد صادراتی دست‌بافت‌های سنتی بوده‌اند. در بازارهای هدف عراق و امارات، هر دو بخش کالاها (مصنوعات سبد و حصیربافی، و کپوبافی) مورد تقاضا قرار گرفته است. اما صادرات

انجام شده به جمهوری آذربایجان مصنوعات سبد و حصیربافی است که ارزش دلاری دریافتی از محل صادرات این محصولات نیز طی ۵ سال اخیر تنها ۱۲۰۰ دلار بوده است. البته به نظر می‌رسد، با توجه به فعالیت درخشان فعالان این گروه، عمده صادرات دست‌بافت‌های سنتی به صورت چمدانی و بدون ثبت در آمار گمرک صورت پذیرفته باشد. حتی اگر این مورد واقعیت داشته باشد، عدم وجود اطلاعات آماری مؤثق می‌تواند برنامه‌ریزی برای صادرات این گروه محصولات را با مشکل کمبود اطلاعات مواجه سازد.

نگاره ۴-۴۸، درصد صادرات گروه‌های صنایع دستی را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این نمودار مشاهده می‌شود، محصولات آبگینه از لحاظ حجم صادرات، عمده‌ترین گروه صنایع دستی به حساب می‌آید (۵۰ درصد). پس از آن، آثار سفالی با حجم ۲۸ درصد صادرات، بیشترین میزان صادرات را به خود اختصاص می‌دهد. آنگاه، آثار چوبی با حجم صادرات معادل ۱۷ درصد از صادرات کل، سومین گروه صنایع دستی به شمار می‌رود.



نگاره ۴-۴۸ نمودار دایره‌ای درصد صادرات گروه‌های صنایع دستی

از سوی دیگر، علی‌رغم برتری نسبی ایران در حوزه‌های فلزی و دست‌بافت‌های سنتی، حجم صادرات این اقلام کمتر از ۵ درصد است. این در حالی است که آثار فلزی و دست‌بافت‌های سنتی از شهرت بالایی در جهان برخوردار هستند. با این وجود، به علت عدم نگاه منسجم و برنامه‌ریزی صحیح و مناسب، سهم صادرات این گروه‌های صنایع دستی به دست کشورهای رقیب افتاده است.

نکته حایز اهمیت در صادرات صنایع دستی، عدم توجه مناسب به دست‌بافت‌های سنتی است. همان‌طور که در فصل سوم ملاحظه شد، مناطق صادراتی در دوره زمانی ۸۹-۹۳ به صادرات این گروه از اقلام صنایع دستی توجهی نکرده‌اند. در این بخش نیز که صادرات ۵ سال گذشته مورد بررسی قرار می‌گیرد، جایگاه دست‌بافت‌های سنتی به عنوان یکی از گروه‌های صنایع دستی غالب در کشور به شدت احساس می‌شود. لازم به ذکر است، حجم صادرات این گروه در طی دوره ۸۹-۹۳ تقریباً صفر بوده است.

### جمع‌بندی فصل چهارم

به منظور بررسی بازارهای هدف و تحلیل گروه‌های شاخص صنایع دستی صادراتی به این بازارها، داده‌های آماری برگرفته از سایت گمرک ایران و اتاق بازرگانی تهران در ۵ سال اخیر مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. هدف از طرح این بحث، مشخص کردن بازارهای مهم صادراتی و تعیین میزان اهمیت صادراتی گروه‌های مختلف صنایع دستی در هر یک از این بازارها و در کل است، به طوری که مشخص شود عمده‌ترین بازار هدف بین‌المللی به کدام کشورها و حیطه جغرافیایی صورت پذیرفته است. هم‌چنین، شناسایی مهم‌ترین گروه‌های صنایع دستی از لحاظ ارزش دلاری صادرات از مراکز توجه این فصل بوده است. در بخش اول، ارزش دلاری اقلام صادراتی صنایع دستی به تفکیک کشورهای موجود در قاره‌های آسیا و اقیانوسیه، اروپا، آمریکا و آفریقا ارایه شده است. در بخش کشورهای آسیا و اقیانوسیه، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی، کشورهای عراق و امارات هستند. در مقابل، کشورهای ترکیه، عراق و چین، بیشترین واردات صنایع دستی را به ایران داشته‌اند. در منطقه اروپا، کشورهای آلمان و انگلستان، از اهمیت صادراتی برخوردار هستند، این در حالی است که کشورهای استرالیا، آلمان و فرانسه، واردات بیشتری را در این حوزه به کشور ایران داشته‌اند. در بررسی کشورهای آمریکایی، کانادا مهم‌ترین بازار صادراتی به حساب می‌آید و کشور کنیا در منطقه آفریقا، از اهمیت صادراتی بیشتری برخوردار است.

در بخش دوم، تقسیم‌بندی داده‌های صادرات بر اساس گروه‌های اصلی حوزه صنایع دستی صورت پذیرفته است. بر اساس اقلام صادراتی، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که صادرات انجام شده تحت گروه‌های آثار فلزی، آثار سفالی، آبگینه، آثار چوبی و دست‌بافت‌های سنتی قرار می‌گیرد. بر اساس اطلاعات آماری این فصل، محصولات آبگینه از لحاظ حجم صادرات، عمده‌ترین گروه صنایع دستی به حساب می‌آید (۵۰ درصد). پس از آن، آثار سفالی با حجم ۲۸ درصد صادرات، بیشترین میزان صادرات را به خود اختصاص می‌دهد. آنگاه، آثار چوبی با حجم صادرات معادل ۱۷ درصد از صادرات کل، سومین گروه صنایع دستی به شمار می‌رود. از سوی دیگر، علی‌رغم برتری نسبی ایران در حوزه‌های فلزی و دست‌بافت‌های سنتی، حجم صادرات این اقلام کمتر از ۵ درصد است. این در حالی است که آثار فلزی و دست‌بافت‌های سنتی از شهرت بالایی در جهان برخوردار هستند. با این وجود، به علت عدم نگاه منسجم و برنامه‌ریزی صحیح و مناسب، سهم صادرات این گروه‌های صنایع دستی به دست کشورهای رقیب افتاده است.

نکته حایز اهمیت در صادرات صنایع دستی، عدم توجه مناسب به دست‌بافت‌های سنتی است. همان‌طور که در فصل سوم ملاحظه شد، مناطق صادراتی در دوره زمانی ۸۹-۹۳ به صادرات این گروه از اقلام صنایع دستی توجهی نکرده‌اند. در این بخش نیز که صادرات ۵ سال گذشته مورد بررسی قرار می‌گیرد، جایگاه دست‌بافت‌های سنتی به عنوان یکی از گروه‌های صنایع دستی غالب در کشور به شدت احساس می‌شود. لازم به ذکر است، حجم صادرات این گروه در طی دوره ۸۹-۹۳ تقریباً صفر بوده است.



## فصل پنجم

## مقدمه

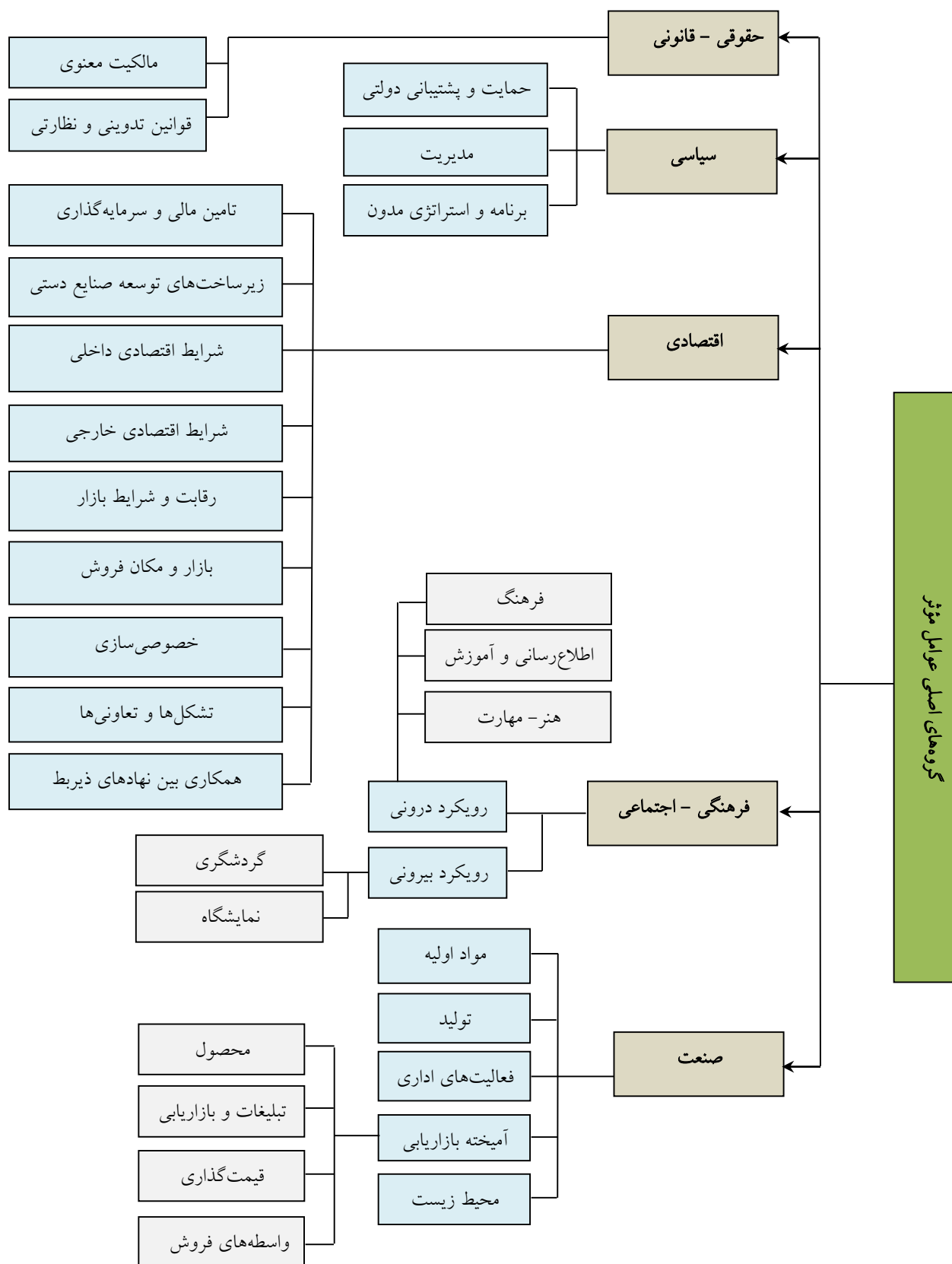
همان‌گونه که در فصل‌های پیشین ملاحظه می‌شود، در فرآیند طرح تلاش شده است جهت شناسایی و معرفی عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار هنرهای صناعی از حوزه صنایع دستی وابسته به هنرهای سنتی، در ابتدا موانع مهم و چالش‌های این حوزه بررسی شوند. چرا که همواره با شناسایی و شناخت درست از مشکلات و چالش‌هاست که می‌توان چشم‌انداز توسعه را با تبیین عوامل اثرگذار و اثرپذیر تجسم بخشید. بر همین اساس، ضمن مطالعه و بررسی کتابخانه‌ای، از فرصت‌های پژوهش میدانی نیز استفاده شده است.

بدین‌صورت که پس از شناسایی و معرفی حوزه‌های اصلی و شاخص در حوزه صنایع دستی در فصل اول، چالش‌های اساسی کسب و کار این حوزه با بررسی و تحلیل وضعیت موجود در مقالات و طرح‌ها، گزارش‌های مطبوعاتی، دیدگاه‌های صاحب‌نظران و فعالان آن در فصل دوم به صورت مدون جمع‌آوری و در قالب جدول‌های مشخص ارائه شده است. متأسفانه در سال‌های اخیر واردات صنایع دستی کشورهای دیگر، ضربات مهلکی به پیکره نیمه جان صنعت صنایع دستی ایران وارد کرده و صنایع دستی داخلی را به حاشیه رانده است. بدین ترتیب، بازارهای هدف صادراتی نیز به چالش کشیده شده است. بنابراین، جهت تبیین عوامل مؤثر توسعه بین‌المللی این حوزه، در فصل سوم و چهارم تلاش شده است یافته‌های آماری از وضعیت موجود ارتباطات بازرگانی شناسایی و معرفی شوند. این یافته‌ها در فصل سوم شامل شناسایی مناطق صادراتی بر دو اساس بیشترین حجم صادرات در کل و در حوزه‌های اصلی هنرهای صناعی بوده است. در فصل چهارم بر همین مبنا، بازارهای هدف صادراتی بر حسب منطقه جغرافیایی شناسایی شده است تا بر اساس آن، گروه‌های شاخص بر حسب حجم صادرات به دست آمده از دیدگاه مبدا و مقصد اولویت‌بندی و معرفی شود.

همان‌گونه که در جدول‌های مربوط به چالش‌های صنایع دستی در فصل دوم ملاحظه می‌شود، تحلیل محتوای اهم چالش‌های حوزه هنرهای صناعی (صنایع دستی) با استناد به گزارشات کتابخانه‌ای و میدانی ارائه شده است. در ادامه، جهت معرفی عوامل مؤثر در کسب و کار این حوزه، در نگاره ۵-۱ بر اساس بررسی چالش‌های مطرح شده از جداول چهارگانه که به نوعی موانع توسعه کسب و کار این حوزه بوده‌اند، همه عوامل در گروه‌بندی‌های کلی‌تری قرار می‌گیرند. به طوری‌که عناوین گروه‌ها بر اساس کدگذاری چالش‌های همگرا انتخاب شده است. این انتخاب با بیشترین شباهت درون‌گروهی و تمایز بین‌گروهی با توجه به محور اصلی طرح، توسعه کسب و کار، صورت پذیرفته است که با شناسایی و بررسی موانع توسعه از سه بعد ضد انگیزشی، قانونی و محیط کسب و کار مورد بررسی قرار می‌گیرد. در ادامه، گروه‌های اصلی و مؤلفه‌های زیرمجموعه در هر یک از گروه‌ها تشریح می‌شوند. گروه‌های کلی بدین شرح هستند.

- گروه اصلی ۱: حقوقی- قانونی. شامل الف. مالکیت معنوی، ب. قوانین تدوینی و نظارتی

- گروه اصلی ۲: سیاسی. شامل الف. حمایت و پشتیبانی دولتی، ب. مدیریت، ج. برنامه و استراتژی مدون



- گروه اصلی ۳: اقتصادی. شامل الف. تامین مالی و سرمایه‌گذاری، ب. زیرساخت‌های توسعه صنایع دستی، ج. شرایط اقتصادی داخلی، د. شرایط اقتصادی خارجی، ه. رقابت و شرایط بازار، و. بازار و مکان فروش، ز. خصوصی‌سازی، ح. تشکلات و تعاونی‌ها، ط. همکاری میان نهادهای ذیربط.

- گروه اصلی ۴: فرهنگی-اجتماعی. شامل الف. رویکرد درونی دربرگیرنده ابعاد ۱. فرهنگ، ۲. اطلاع‌رسانی و آموزش، ۳. هنر و مهارت؛ ب. رویکرد بیرونی دربرگیرنده ابعاد ۱. گردشگری، ۲. نمایشگاه

- گروه اصلی ۵: صنعت. شامل الف. آمیخته بازاریابی دربرگیرنده ابعاد ۱. محصول، ۲. تبلیغات و بازاریابی، ۳. قیمت‌گذاری، ۴. واسطه‌های فروش؛ ب. مدیریت مواد اولیه؛ ج. تولید؛ د. فعالیت‌های اداری؛ ه. محیط کسب و کار.

در ادامه، توضیحات مربوط به هر یک از گروه‌های کلی مشخص شده با توجه به دید حوزه صنایع دستی ارائه می‌شود. لازم به ذکر است، عوامل مشخص شده بر اساس نگاه توسعه کسب و کار صورت پذیرفته است و در تشریح اهمیت این عوامل به طور مستمر این نگاه دنبال شده است.

#### ۵-۱ گروه مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی

##### ۵-۱-۱ گروه اصلی حقوقی-قانونی

الف - مالکیت معنوی: یکی از عوامل مؤثر توسعه کسب و کار حوزه صنایع دستی، ایجاد بسترهای اعتماد و اطمینان خاطر در جامعه هنری مرتبط به این حیطه با حفظ مالکیت معنوی محصولات ناب و اصیل هنرمندان آن است که نیاز به ثبت و ضبط، و ممانعت از کپی‌برداری غیرمجاز دارد. مطابق مستندات ذکر شده در چالش‌ها در بخش گزارش مطبوعاتی به مواردی همچون استفاده غیرقانونی از طرح‌ها و نقش‌های ایرانی و نیاز به ثبت و حمایت از آنها، و در گزارش نشست تخصصی نیز به خطر مشابه‌سازی و جایگزینی محصولات ناب و اصیل صنایع دستی و یا حتی کپی‌برداری به شیوه‌هایی با تکنولوژی نوین (چاپ سه‌بعدی و مدل‌سازی مشابه) اشاره شده است.

در گزارش بخش مصاحبه نیز بر عدم توجه مسئولان مربوطه به کپی‌برداری طرح‌ها و نقش‌ها و در نتیجه از بین رفتن انگیزه کارآفرینی تاکید زیادی شده است. حتی با وجود حمایت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری که آثار هنرمندان با تایید سازمان یونسکو در قالب مهر اصالت ثبت شده‌اند، به دلایل مختلف از جمله عدم پیگردهای قانونی و به نوعی عدم اجرایی کردن حمایت از این مجوز معنوی، هنوز آثار هنرمندان مورد کپی‌برداری و مشابه‌سازی قرار می‌گیرند که خود لطمه بزرگی به کارآفرینی این حوزه است. بدون شک تقویت مالکیت معنوی از آثار هنرمندان، موجب انگیزه در خلق آثار خلاقانه و منحصر به فرد بیشتری است که بالطبع بر سلیقه مخاطب نیز اثری مثبت می‌گذارد و موجب شناخت بیشتر او از آثار ارزشمند هنری و منحصر به فرد می‌شود. در نتیجه کسب و کار این حوزه با مشتریان خاص و عام بیشتر، رونقی دیگر خواهد داشت.

ب- قوانین تدوینی و نظارتی: در هر جامعه‌ای با وجود سلاقی و افکار و روش‌های متفاوت آحاد مردم، قوانین فصل‌الخطاب و تعیین‌کننده‌هایی در همه حوزه‌ها هستند. یکی از ملزومات مهم در توسعه بخشی کسب و کار و کارآفرینی نیز زمینه‌های قانونی



و نظارتی آن است. در واقع، از موانع قانونی توسعه کسب و کار و کارآفرینی این حوزه می‌توان به قوانین و مقررات بانکی، قوانین مالیاتی، قانون تجارت، قانون کار، وجود انحصارات دولتی ناشی از قوانین و مقررات، قوانین و مقررات گمرکی، قانون شهرداری، قوانین و مقررات صادرات و واردات، قانون و مقررات ورشکستگی، قوانین ثبت شرکت‌ها، قانون تجمیع عوارض، قوانین حقوق مالکیت معنوی و ثبت اختراع، قوانین محیط زیستی اشاره کرد.

شواهد موجود و بررسی‌های انجام شده در گزارش مطبوعاتی به مواردی مشابه همچون نبود قوانین تسهیل‌کننده صادراتی (از قبیل جواز صادراتی)، صادرات چمدانی صنایع دستی، عدم رعایت قوانین جاری در حوزه صنایع دستی، عدم نظارت معاونت صنایع دستی بر صنوف و بازارها، ضعف قانون در این حوزه، نبود رویکرد معافیت مالیاتی برای تشویق فعالیت در این حوزه چه داخلی و چه صادراتی، نیاز به قوانین تأمین امنیت سرمایه‌گذاری، فروش صنایع دستی خارجی در اماکن تاریخی مورد تایید یونسکو، قوانین گمرکی نامناسب در صادرات، عدم کنترل بر واردات کالاهای خارجی، نبود قوانین حمایتی کافی از این بخش، عدم نظارت بر واردات مواد اولیه غیرکیفی، عدم تضمین خرید کالاهای ساخته شده و اعطای پیش‌پرداخت به تولیدکننده، عدم کنترل واردات صنایع دستی بی‌کیفیت خارجی، مشکلات موجود در مسیر صادرات صنایع دستی اشاره کرده است و در گزارش نشست صاحب‌نظران به مواردی همچون وجود مشکلات مجوزهای تولید، وجود چالش‌های حقوقی زنان، وجود سوء استفاده‌های مختلف از تسهیلات تأمین اجتماعی، چالش‌های بیمه خوداشتغالی و تبدیل آن به بیمه کارفرما (عدم جایگاه واقعی خوداشتغالی و کارفرمایی)، تحمیل پرداخت بیمه به کارفرما به هنرمندان تازه‌کار، چالش بیمه‌ای بین مدیرعامل و هنرجو (صنعتگر بالقوه) و سازمان میراث فرهنگی، وجود قوانین دست و پاگیر در نهادهای دولتی در مسیر فعالیت فعالان صنایع دستی پرداخته شده است.

هم‌چنین، در گزارش مصاحبه به مواردی دیگر همچون قوانین سخت جهت توسعه کار، نبود کنترل بر واردات کالای خارجی به خصوص صنایع دستی چینی، قوانین دست و پا گیر (داخلی و صادراتی)، عدم تضمین خرید محصولات و قوانین نامناسب در ارایه مجوز و اعطای وام نیز اشاراتی شده است. بدیهی است که هر چه قوانین و مقررات اداری در یک کشور ساده‌تر و کوتاه‌تر باشد، انگیزه‌های کارآفرینی بیشتر می‌شود و توسعه کسب و کار سرعت بیشتری به خود می‌گیرد. به هر حال آنچه که مهم است این است که قانون‌گذاران می‌بایست قوانین و مقررات حاکم در این حوزه را مورد بازبینی و بازنگاری قرار دهند و شیوه‌هایی نوینی را در اجرای آنها تدوین کنند؛ روش‌هایی که در نهایت، قوانین تدوینی و نظارتی طرح شده برای تمامی گروه‌های درگیر، منافع برد-برد داشته باشد.

#### ۵-۲- گروه اصلی سیاسی

**الف- حمایت و پشتیبانی دولتی:** رشد و توسعه هر پدیده اجتماعی، مستلزم وجود زمینه یا محیط مناسب آن است. از این رو، توسعه کسب و کار در این حوزه نیز شرایط و زمینه مناسب خود را می‌طلبد. شرایط عمومی دولت و بازارهای مالی و کار نوعی محیط عام کسب و کار است که در تعیین ظرفیت کارآفرینی نقش مهمی ایفا می‌کند. فقدان آگاهی از خدمات حمایت و پشتیبانی

موجود، فقدان مشاوران آموزش‌دیده، توسعه‌دهندگان، بنگاه‌ها و نهادهای حمایتی، و نبود حمایت‌های لازم در جهت راه‌اندازی و توسعه کسب و کار این حوزه از موانع توسعه‌بخشی به شمار می‌روند. در چالش‌های بررسی شده در مقالات به مواردی همچون عدم حمایت‌های کارشناسانه از حرفه صنایع دستی، عدم حمایت کافی از هنرمندان فعال در این حوزه، عدم حمایت از بومی‌سازی، عدم توجه به شرایط بحرانی برخی از رشته‌های صنایع دستی؛ و در گزارش مطبوعاتی به چالش‌هایی نظیر عدم حمایت از تولیدکنندگان فعال بخش خصوصی، عدم حمایت از شرکت‌های تعاونی و اتحادیه‌های در حال فعالیت، نبود حمایت بیمه‌ای صنعت‌گران و هنرمندان، عدم حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، نبود نظام حمایتی مناسب از صنعتگران و نیاز به حمایت‌های رفاهی در این حوزه اشاره شده است.

هم‌چنین مشکلات مربوط به بیمه (چالش بین مدیرعامل و هنرجو (صنعتگر بالقوه) و سازمان میراث فرهنگی)، وجود مالیات سنگین تولیدکنندگان، عدم پشتوانه و حمایت از فارغ‌التحصیلان خلاق این حوزه و نوکارآفرینان، عدم حمایت‌های دانشگاهی و دولتی جهت راه‌اندازی کارگاه‌های صنایع دستی، عدم توجه به صاحب‌نظران و تولیدکنندگان بومی، تقلیل حمایت دولتی از پرداخت ۲۳ درصد سهم کارفرما (بیمه)، عدم حمایت در ایجاد تسهیلات برای هنرمندان به منظور استفاده از تمامی ظرفیت‌های آن در جهت تبلیغ و ترویج آثار هنرمندان از جمله مواردی است که صاحب‌نظران در نشست تخصصی بدانها اشاره داشته‌اند. در مصاحبه با فعالان دیگر این حوزه نیز مشکلاتی دیگر از قبیل عدم حمایت مالی جهت سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال، عدم توجه کافی به هنرمندان خلاق، عدم توجه به حمایت‌های رفاهی به خصوص بیمه هنرمندان و فعالان این حوزه، فراهم نبودن امکان صادرات محصولات، عدم نظارت و حمایت یکسان از هنرمندان، نیاز به حمایت و تسهیلات حفظ کارگاه‌ها، نبود انواع بیمه‌های بیمکاری و بیماری بدون تحمل هزینه‌های گزاف، و نیاز به حمایت جهت بهبود وضعیت فروش ذکر شده است. در بررسی هر یک از موارد فوق می‌توان به این نتیجه رسید که بخشی از انتظارات به حمایت‌های تسهیلاتی و رفاهی، بخشی به حمایت‌های سرمایه‌گذاری و پشتوانه‌های مالی و بخشی دیگر به حمایت‌های معنوی اشارات مستقیم یا غیرمستقیم داشته‌اند. از آنجایی که تصدی‌گری دولت در جامعه ایران نقش پررنگی در کسب و کار فعالان بخش خصوصی و غیردولتی ایجاد کرده است، بعید نیست که انتظار حمایت و پشتیبانی در تمامی لایه‌های کسب و کار فعالان این حوزه نیز به مراتب نامحدود باشد.

**ب- مدیریت.** یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه کسب و کار، وجود نظام مدیریتی ارزشمند در هر حوزه سازمانی است. مدیریت کسب و کار را نباید صرفاً یک عمل آکادمیک محسوب کرد؛ چرا که مدیریت واقعی در برگیرنده هدایت قوی، رفتار مثبت، دانش کسب و کار و مهارت‌های مناسب فردی است. در واقع، موفقیت هر کسب و کار رابطه نزدیکی با چگونگی کنترل صحیح امور آن دارد که این، همان مدیریت صحیحی است که موجب رشد و توسعه کسب و کار می‌شود. به طور کلی، مدیریت فرآیند به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل است که برای دستیابی به اهداف سازمانی و بر اساس نظام ارزشی مورد قبول صورت می‌گیرد. بنابراین، کسب مهارت‌های مدیریتی به نوعی سرمایه‌گذاری در این حوزه است. در بررسی موانع توسعه کسب و کار در حوزه صنایع دستی در بخش مقالات به عدم مدیریت‌های شایسته، و در گزارش مطبوعاتی به مواردی همچون بی‌ثباتی در مدیریت اجرایی سازمان‌های مرتبط در حوزه

صنایع دستی در طی سال‌های متوالی، عدم یکپارچه‌سازی مدیریت رویدادهای تجاری، مدیریت ناکارآمد در این حوزه، عدم تمرکز در سیاست‌گذاری و سازماندهی، تعدد مراکز تصمیم‌گیری و متولیان مختلف در این بخش، و نیز ناکارآمدی سازمان‌های متولی در سیاست‌گذاری و حمایت از صنایع دستی اشاره شده است که نشان‌دهنده ضعف نظام مدیریتی و سازمان‌یافته در این حوزه است. عدم وجود مشارکت تیم مدیریت در کنار هنرمندان، نبود وجود مدیران شایسته و خلاق، فقدان شناخت درست از جایگاه مدیریت‌های این حوزه و کارآفرینی آن، عدم توجه به ضرورت ایجاد شرکت‌های هلدینگ با زیرمجموعه‌های مربوط، عدم استفاده از مدیران مرتبط و علاقمند به صنایع دستی، و لزوم قرار گرفتن اداره میراث فرهنگی زیر نظر یک واحد مرکزی از موارد دیگری است که صاحب‌نظران این حوزه ذکر کرده‌اند که هر یک به نوعی به مبحث مدیریت و خلأ آن در بهبود فضای کسب و کار اشاره دارد.

**ج- برنامه و استراتژی مدون.** در پی شکل‌گیری سازمان‌های تجاری و صنعتی بزرگ با شیوه‌های مدیریتی متمرکز، بحران‌های جدی برای این‌گونه سازمان‌ها پدیدار شد که از جمله برخی دلایل آن می‌توان به کندی عملیات تصمیم‌گیری، پیچیدگی عملیات هماهنگی، کاهش توان تحرک و عدم کارایی در پاسخ به تغییرات محیطی اشاره کرد. برای حل مشکلات مذکور، شکستن سازمان‌های بزرگ به سازمان‌های کوچک و نیز برنامه‌ریزی استراتژیک در سطوح واحدهای کوچک‌تر مطرح شد. با این اوصاف برنامه و استراتژی مدون به افزایش سرعت عمل سازمانی، سهولت هماهنگی درون‌سازمانی، تفویض مسئولیت سوددهی به سطوح پایین‌تر و نقاط متعدد سازمان، افزایش تحرک سازمان در پاسخگویی به تحولات محیطی و افزایش توان رقابت کمک می‌کند و همواره جایگاه و نقش کلیدی و اساسی در رویکرد توسعه‌ای هر سازمان خواهد داشت. این مورد در بعد کلان، به نقش دولت در برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی‌های راهگشا اشاره دارد.

چنانچه در بررسی چالش‌های حوزه صنایع دستی در گزارش مطبوعاتی به وضوح به مواردی از قبیل عدم توجه به استراتژی و برنامه صادراتی از سوی نهادهای مسئول، نبود برنامه‌ریزی منسجم و جامع، فقدان برنامه‌ریزی جهت برپایی نمایشگاه‌ها، عدم شمول صنایع دستی در سند توسعه اشتغال و در نتیجه عدم استفاده از برنامه‌ها و اعتبارات تعیین شده طبق سند، نیاز به برنامه‌ریزی ترویج و تبلیغ صنایع دستی در داخل و خارج کشور، نیاز به تدوین نظام جامع صنایع دستی با تعریف چشم‌انداز بلندمدت و برنامه‌های کوتاه‌مدت کشور در این حوزه، عدم برنامه‌ریزی دقیق در حوزه بین‌الملل (مانند ایجاد دفاتر بین‌الملل)، عدم برنامه‌ریزی در ایجاد شهرک‌های صنعتی جهت بهره‌مندی از امکانات و منابع مالی این حوزه و توسعه آن، مشخص نبودن سهم صنایع دستی در تبصره‌های بودجه، و عدم تدوین و اجرای استانداردهای مورد قبول و مطلوب برای تمام محصولات صنایع دستی اشاره شده است. مشکلات دیگری نیز در این رابطه در گزارش نشست مطرح شده است که از آن جمله می‌توان چالش‌هایی همچون عدم برنامه‌ریزی جامع در زمینه اشتغال خانگی پایدار، عدم برنامه‌ریزی درست در حوزه صنایع دستی، عدم کارشناسی تصمیمات این حوزه (نبود مشاوران تخصصی در کنار مدیران تأثیرگذار و ارایه مدارک مبنی بر عدم صلاحیت برخی از هنرمندان)، عدم ارتباط منسجم سه شاخص اصلی کارآفرینی، صنایع دستی و زنان، و عدم توجه به تأثیر مشاغل دیگر در حوزه صنایع دستی را متذکر شد. بنابراین از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری انتظار می‌رود، تصویر روشنی

از چشم‌انداز صنایع دستی، هم بر اساس وضعیت موجود و هم با توجه به افق‌های پیش‌رو ارایه دهد. هم‌چنین در سند چشم‌انداز توسعه صنایع دستی، جایگاه درست آن تعریف و چگونگی دستیابی به اهداف به طور آشکار مشخص شود. این نوع عملیات خود رویکردی راهبردی است که نیاز به برنامه‌ریزی مؤثر دارد. هر چند برنامه‌ریزی راهبردی به منظور تصویر پلان یک سازمان بکار می‌رود، اما هرگز نمی‌تواند مشخصاً پیش‌بینی کند بازار در آینده دقیقاً به چه نحو خواهد بود و در آینده نزدیک چه اتفاقاتی در آن رخ خواهد داد. به هر رو، متفکران استراتژیک در سازمان باید راهکارهای سازمان را بر اساس احیا در شرایط سخت طراحی کنند.

### ۵-۱-۳ گروه اصلی اقتصادی

**الف- تأمین مالی و سرمایه‌گذاری.** هر فعالیت کسب و کاری نیاز به حداقل سرمایه اولیه دارد که معمولاً با استفاده از پس‌انداز سرمایه‌های شخصی، حمایت مالی خانواده و بستگان نزدیک و یا موسسات مالی و بانک‌ها فراهم می‌شود. اما در بسیاری از موارد افراد به صورت بالقوه قادر به تأمین منابع مالی جهت راه‌اندازی کسب و کار مورد نظر خود نیستند. از این رو، ترس از ناتوانی تهیه منابع مالی یکی از موانع جدی توسعه کسب و کار به حساب می‌آید. در بررسی مقالات و طرح‌های این حوزه به عدم استفاده از امکانات بالقوه بومی هر رشته هنر- صنعت اشاره شده است که می‌توانن نوعی حفظ سرمایه‌های درونی کسب و کار به شمار آید. در گزارش مطبوعاتی مواردی نظیر مشکلات سرمایه‌ای هنرمندان، مشکلات اعطای وام برای تجهیز و به روز کردن کارگاه‌ها، نیاز به استقرار هنرمندان در شهرک‌هایی با حامل‌های انرژی ارزان‌تر، مشکلات اعتباری، مشکلات تسهیلات بانکی در حوزه اشتغال‌خانی، نیاز به سرمایه‌گذاری در امر بسته‌بندی، عدم تأمین امکانات تولیدی بهتر، معطل ماندن سرمایه و زایل شدن سود به جهت بکارگیری روش‌های سنتی فروش و باقی ماندن کالاها در بازار، عدم تأمین مالی کارگران و هنرمندان این صنعت، و در نهایت، کمبود نقدینگی کارگاه‌های موجود مورد توجه قرار گرفته است.

هم‌چنین عدم سرمایه‌گذاری پایدار در حوزه صنایع دستی، عدم توجیه سودآوری و اشاره به امکانات بالقوه و بالفعل این حرفه و در نتیجه از دست دادن سرمایه‌گذار، نبود حلقه اتصال بین سرمایه‌گذاران و هنرمندان، مشکلات مربوط به عدم شمول تسهیلات مالی و اعتباری به هنرمندان، فقدان توانمندسازی موسسات این حوزه توسط کارفرمایان جهت پرداخت بیمه، نبود تسهیلات بانکی با بهره کم، مشکلات دریافت وام، و نیاز به ارایه تسهیلات مناسب در برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای تهران (مشارکت بیشتر هنرمندان مستقر در شهرستان‌ها) از موارد دیگری است که صاحب‌نظران بدان اشاره داشته‌اند. در واقع، بیشترین دغدغه آنها در بخش سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع دستی، نقصان سیاست‌ها و برنامه‌های کلان توسعه سرمایه‌گذاری در حوزه هنرهای صناعی، عدم تحلیل و ارزیابی نقاط ضعف، قوت، چالش‌ها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه، فقدان تأمین مالی صادرات صنایع دستی، و نبود اصول راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار صنایع دستی است تا با علم بدانها بتوان قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع دستی کشور را ساماندهی کرد. از چالش‌های دیگر این حوزه نیز، نقش نیروهای بازار در جذب سرمایه، توسعه صنایع دستی با رویکرد توسعه خوشه‌ای و فرصت‌های سرمایه‌گذاری است.

ب- زیرساخت‌های توسعه صنایع دستی. منظور از این زیرشاخه از بعد اقتصادی، توجه به زیرساخت‌های تجاری و دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی است. بدین معنی که این بعد به وجود خدمات تجاری، حسابداری و سایر خدمات نهادی اشاره دارد که ایجاد توسعه کسب و کارهای جدید، کوچک و در حال توسعه را تشویق می‌کنند و یا به تعویق می‌اندازند. یکی از موارد مهم در آماده‌سازی زیرساخت‌های فیزیکی، دسترسی به منابع فیزیکی (ارتباطات، تسهیلات عمومی، حمل و نقل و زمین) به قیمتی متمایز برای شرکت‌های جدید، کوچک و در حال رشد است. به طوری که در گزارش مطبوعاتی، چالش‌هایی از قبیل نیاز به یارانه حمل و نقل، نیاز به برخورداری از سهمیه‌های تعرفه‌ای، اهمیت تسهیلات حمل و نقل و گمرک، گستردگی و پراکندگی تولیدات صنایع دستی و در نتیجه مشکل در ارسال امکانات و خدمات برای فعالان این حرفه، عدم توجه و پشتیبانی مناسب از مقوله صادرات در این حوزه (مباحث مربوط به بانک‌ها، حمل و نقل و گمرک به عنوان زیرساخت‌های ضروری صادرات صنایع دستی) مورد توجه قرار گرفته است.

ج- شرایط اقتصادی داخلی. بانک جهانی در تازه‌ترین گزارش خود موسوم به «گزارش فضای کسب و کار ۲۰۱۴» به مقایسه ۱۸۹ کشور جهان از نظر سهولت فعالیت‌های اقتصادی و وضعیت فضای کسب و کار آنها پرداخته است. بر اساس این گزارش، رتبه ایران از نظر فضای کسب و کار در میان کشورهای جهان ۱۵۲ اعلام شده است. بدین ترتیب، ایران در رده‌بندی جهانی فضای کسب و کار نسبت به سال گذشته ۷ پله سقوط داشته است. سال گذشته ایران در میان ۱۸۵ کشوری که مورد مطالعه قرار گرفته بودند، رتبه‌ای بهتر از ۱۴۵ بدست نیاورده بود. در آن سال نیز ایران با ۱ پله سقوط در شاخص فضای کسب و کار مواجه شده بود. شاخص کلی فضای کسب و کار بر پایه ۱۱ شاخص کوچک با عناوین آغاز کسب و کار، کسب مجوز، استخدام نیروی کار، ثبت دارایی‌ها، کسب اعتبارات، حمایت از سرمایه‌گذاری، مالیات، تجارت مرزی، اجرای قراردادهای و ورشکستگی، و دریافت انرژی برق محاسبه می‌شود. این شاخص در واقع نشان‌دهنده سهولت و مناسب بودن هر کشور برای انجام فعالیت‌های اقتصادی و تجاری است. بدین ترتیب، ایران از نظر سهولت و مناسب بودن برای انجام فعالیت‌های اقتصادی در میان ۱۸۹ کشور در مراتب انتهایی قرار دارد. این در حالی است که سنگاپور از رتبه نخست در نظر فضای کسب و کار برخوردار است.

وضعیت کلان اقتصادی کشور می‌تواند در حوزه صنایع دستی نیز مورد توجه قرار گیرد. در واقع، می‌توان چنین ادعا کرد که در میان خرده‌صنعت‌های مختلف در ایران، وضعیت صنایع دستی با شرایط سخت‌تری مواجه است. این امر نه تنها متأثر از وضعیت اقتصادی کل کشور است، بلکه از شرایط اقتصادی خاص این صنعت نیز ناشی می‌شود. در واقع مشکلات در تدوین استراتژی‌های اقتصادی مناسب در جهت برون‌رفت از شرایط رکود-تورمی بیشترین تأثیر را بر حوزه هنرهای صناعی اعمال کرده است. به طوری که از یک سو، تولیدکننده با کاهش تولید و عدم انگیزه تولید مواجه هستند و از سوی دیگر، مشتریان دارای قدرت خرید پایینی هستند و قادر به پرداخت قیمت‌های بالای کالاهای صنایع دستی نیستند. این امر، در سال‌های گذشته حتی منجر به انزوای این صنعت شده است. بنابراین از مهم‌ترین چالش‌های مطرح شده در حوزه صنایع دستی در بررسی‌های انجام شده در این طرح می‌توان به مواردی نظیر کاهش تقاضا برای محصولات صنایع دستی ایران، عدم توان اقتصادی و کاهش

قدرت خرید مردم، کاهش تقاضای جهانی نسبت به کالاهای صنایع دستی و کاهش سهم صادرات صنایع دستی ایران در جهان اشاره کرد.

**د- شرایط اقتصادی خارجی.** بی‌تردید یکی از چالش‌های بازار کار، فضای بسته، بدون تغییر و آزادسازی نشده قوانین و مقررات ناظر بر این بازار است که تقاضای بازار را غیرمنعطف و با مشکل مواجه ساخته است. همین موضوع سبب شده است تا کشور در عرصه رقابت جهانی همه ساله جایگاه قبلی خود در فضای کسب و کار را از دست دهد و با تنزل رتبه مواجه باشد. این در حالی است که می‌توان با رفع موانع تولید و سرمایه‌گذاری (از طریق ساماندهی فضای کسب و کار در کشور)، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری از طریق فراهم کردن امنیت اقتصادی و سیاسی، و ایجاد هماهنگی بین نظام آموزشی و نیازهای بازار کار، وضعیت بازار کار و اشتغال را ساماندهی و بهبود بخشید. در این صورت می‌توان ادعا کرد که رابطه بازرگانی بین‌المللی فعالان این حوزه ارتقا می‌یابد. به عبارت دیگر، شرایط اقتصادی خارجی شدیداً تحت تأثیر محیط داخلی است و این دو اثر متقابلی بر هم اعمال می‌کنند. اما آنچه بیشتر در این زمینه مورد توجه قرار می‌گیرد، برقراری ارتباطات تجاری برد-برد میان ایران و کشورهای مختلف است. برخی از این مسائل از مشکلات اقتصاد جهانی ناشی می‌شود و بعضی دیگر نیز به اقدامات دولتی در راستای مراودات بازرگانی با سایر کشور اشاره دارد. از مواردی که در همین راستا در بررسی این طرح توسط صاحب‌نظران ذکر شده است، می‌توان به کاهش تقاضا برای محصولات صنایع دستی ایران، قیمت بالای این محصولات در بازارهای بین‌المللی و ناتوانی در رقابت قیمتی در این حوزه، کاهش تقاضای جهانی و سهم صادرات صنایع دستی در جهان، فزونی عرضه یا تولید بر تقاضا و ثابت ماندن حجم تجارت جهانی صنایع دستی در دو دهه اخیر اشاره کرد.

**ه- رقابت و شرایط بازار.** اساسی‌ترین معضل اقتصاد ایران، وجود یک اقتصاد به شدت دولتی است. از ویژگی‌های اقتصادهای دولتی افزایش رانت است؛ به نحوی که افراد به جای روی آوردن به کارآفرینی، درصدد هستند تا به مراکز رانت نزدیک شوند و از آنها ارتزاق کنند. به منظور فراهم آوردن رقابت میان فعالان حوزه صنایع دستی، ضروری است تا رویکرد بازار تحت نظارت کلی دولت شکل گیرد. به عبارت دیگر، تنها نقش نظارتی دولت در این بازار محوری مورد توجه قرار می‌گیرد و نیروهای بازار تحت قوانین تدوینی و نظارتی، به رقابت و فعالیت مشغول می‌شوند. تنها در صورتی که فضای سالم رقابت همراه با حمایت قانونی و نهادی دولت برقرار باشد، می‌توان به بهبود شرایط بازار امیدوار بود. در این شرایط، تولیدکنندگان و هنرمندان قادر خواهند بود ظرفیت‌ها و قابلیت‌های خود را به بهترین شکل، چه در سطح داخلی و چه بین‌المللی، به منصفه ظهور رسانند.

صاحب‌نظران این حوزه در گزارش مطبوعاتی به ظهور رقبای قدرتمند مثل چین و هند، ناتوانی در رقابت قیمتی با محصولات وارداتی به خصوص چینی، تنوع بسیار صنایع دستی وارداتی، عدم درک شرایط رقابتی، ناتوانی رقابت با شرایط بازارهای جهانی، عدم آگاهی از وضعیت رقبا، عدم توجه به وضع بازار و رقبای فعال در این حوزه، عدم برقراری روابط تجاری دو جانبه و چندجانبه با سایر کشورها و حتی با سازمان‌ها و نهادهای خارجی یا بین‌المللی اشاره داشته‌اند. لذا در تحلیل رقبا، در شرایط کنونی با توجه به وضعیت موجود در صنایع دستی و رسالت واحدی که در این امر وجود دارد، به رقبای داخلی باید نگاهی

شریک‌گونه و همراهی‌کننده وجود داشته باشد و آنچه به عنوان رقیب باید مد نظر قرار گیرد، محصولات کم‌کیفیت و کم‌قیمتی است که توسط برخی از کشورها چون چین، پاکستان، ترکیه و... وارد کشور می‌شوند. این محصولات از یک سو، بازار صنایع دستی را از دست تولیدکننده داخلی خارج می‌سازند و از سوی دیگر، به شناسه ایران صدمات جبران‌ناپذیری را وارد می‌آورند. در نتیجه، در مراحل تبلیغاتی و بازاریابی باید با دقت به این نکته توجه داشت.

و- **بازار و مکان فروش:** از عوامل مهم توسعه کسب و کار به خصوص در محصولات فرهنگی هنری، شرایط و بسترهای بازار فروش و به خصوص توسعه مکان‌های فروش مناسب است. مطابق گزارش مطبوعاتی، بازار فروش داخلی نامناسب، نبود بازارچه‌ها در مبادین ورودی و خروجی استان‌ها، نیاز به ایجاد شهرک‌های فروش صنایع دستی، نبود بازارچه‌های موقت فروش، نبود نگاه فراتر از فروش سنتی و استفاده از تجارت الکترونیک، عدم وجود بازارچه‌های اختصاصی صنایع دستی در سطحی وسیع، عدم فعالیت غرفه‌های این محصولات در رایزنی‌ها، سفارتخانه‌ها و سایر اماکن متعلق به ایران در خارج از کشور از چالش‌های مهم بازار و مکان فروش محصولات صنایع دستی است. از نظر صاحب‌نظران دیگر در گزارش مصاحبه‌ای، عدم ایجاد مکان‌های مناسب جهت اشتغال و کارآفرینی، نیاز به ایجاد بازارها و بازارچه‌های فروش (داخلی و خارجی) نبود جایگاه دائمی به منظور ارایه مستقیم در تمام فصول، موارد دیگری است که در اهمیت‌بخشی به توسعه جایگاه عرضه این محصولات و در دسترس قرار دادن آسان‌تر آن مطرح شده‌اند. شاید مهم‌ترین دغدغه فعالان حوزه صنایع دستی را بتوان در نبود جایگاهی دائمی و مشخص جهت فروش محصولات دانست. به طوری که نبود بازارچه‌های مخصوص این کالاها به خصوص در مکان‌های گردشگری، بسیار مورد توجه صاحب‌نظران این حوزه قرار گرفته است.

ز. **خصوصی‌سازی:** به طور کلی، خصوصی‌سازی به عنوان یک سیاست اقتصادی، بر این عقیده استوار است که مالکیت و کنترل خصوصی از نظر تخصیص منابع، نسبت به مالکیت عمومی کارآتر است. از اهداف خصوصی‌سازی در حوزه صنایع دستی می‌توان به مواردی از قبیل گسترش مالکیت، تجهیز منابع مالی، حداکثر استفاده از تخصص‌های موجود، تقویت انگیزه‌های کاری، و کاهش بوروکراسی اشاره کرد. در واقع، در این حوزه صنعتی، هدف‌های اساسی، سپردن تخصیص منابع به مکانیزم سامان‌بخش بازار، ایجاد فضای رقابتی و امن برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت، دستیابی به فنون جدید مدیریت، و در کل واگذاری بخش به صاحبان اصلی آن هستند. البته در این میان، لزوم حمایت و پشتیبانی دولت احساس می‌شود. به عبارت دیگر، انتظار می‌رود در کنار سپردن امور صنایع دستی به خود هنرمندان و تولیدکنندگان، برخی زمینه‌ها و زیرساخت‌ها فراهم شود و نیز، در بعضی حیطه‌ها که توان رقابت وجود ندارد، حمایت و پشتیبانی مادی و معنوی صورت پذیرد. در غیر این صورت، صنایع دستی دستخوش بازی‌های اقتصادی و سیاسی مخرب می‌شود و گردونه رقابت تنها در اختیار برخی سودجویان و گروه‌های قدرت قرار می‌گیرد که موقعیت و شرایط هنرمندان و تولیدکنندگان این حرفه را وخیم‌تر می‌سازد. بنابراین، منظور از خصوصی‌سازی در این بخش، ترکیبی از تصدی‌گری بخش خصوصی و حمایت دولتی است که هر دو در کنار هم در پی ارتقای شرایط صنایع دستی و بهبود فضای رقابتی داخلی و بین‌المللی هستند. این همراهی تا جایی پیش می‌رود که به تدریج، حمایت دولتی جای خود را به بهره‌آفرینی از این صنعت می‌دهد. به عبارت دیگر، با بهبود تدریجی شرایط صنایع دستی،



می‌توان انتظار داشت که این بخش به صنعتی مهم در اقتصاد کشور تبدیل شود و بخش عمده‌ای از تولید ناخالص ملی را به خود اختصاص دهد.

به طور کلی، براساس چشم‌انداز ۲۰ ساله، ایران باید تا سال ۱۴۰۴، قدرت اول اقتصادی منطقه به حساب آید. این هدف جز با فراهم کردن شرایط مطلوب اقتصادی برای مشارکت فعالانه و رقابتی بخش خصوصی در عرصه اقتصاد میسر نخواهد بود. پرواضح است که خصوصی‌سازی واقعی به مفهوم رهاسازی امکانات و مدیریت دولتی است و مادامی که مدیریت کماکان در دست دولت باشد، خصوصی‌سازی ابتر و ناموفق خواهد ماند. ولیکن، تغییر سریع مالکیت دولتی به مالکیت خصوصی می‌تواند برای جامعه فعال در حوزه صنایع دستی هزینه‌زا باشد. به عنوان نمونه، در زمینه واگذاری صدور کارت‌های شناسایی (صنعتگری) و پروانه تولید حوزه صنایع دستی به بخش خصوصی، چنین انتظار می‌رود که خصوصی‌سازی منجر به پولی شدن نمایشگاه‌های عرضه محصولات هنرمندان شود. با توجه به نسبت هزینه و سود، این امر موجب می‌شود تعداد زیادی از فعالان حوزه صنایع دستی، به خصوص هنرمندان شهرستانی، قادر نباشند از فرصت حضور در نمایشگاه برخوردار شوند. نمونه دیگر به بیمه هنرمندان صنایع دستی مربوط می‌شود که انتظار بر این است که در صورت تحقق خصوصی‌سازی، حق بیمه پرداختی هنرمندان از حدود ۳۵ هزار تومان به حدود ۶۰ تا ۹۰ هزار تومان برسد. این امر، نه تنها به بهبود اوضاع صنایع دستی منجر نمی‌شود، بلکه هزینه‌های تولید فعالان این حوزه را افزایش می‌دهد و اثری منفی بر فعالیت‌های آنها بر جای می‌گذارد. در واقع، برنامه‌ریزی مناسب فرآیند خصوصی‌سازی در حوزه صنایع دستی در حفظ شأن و ارزش این صنعت، و هم‌چنین رقابتی شدن آن نقشی اساسی دارد و صرف انتقال هزینه‌ها به بخش خصوصی به معنای خصوصی‌سازی این صنعت نیست.

**ح- تشکلهای و تعاونی‌ها.** یکی دیگر از موانع توسعه کسب و کار در این حوزه، عدم توجه به تعاونی‌ها و تشکلهای مردم‌نهاد در حوزه کارآفرینی صنایع دستی است. ایجاد این‌گونه مراکز در این حوزه نیازمند سامان‌دهی نظام‌مند است، به صورتی که حلقه واسطه مؤثری بین مردم و دولت ایجاد شود؛ نه اینکه همچون چالش‌هایی که در بخش خصوصی‌سازی ذکر شد، خود مانعی دیگر بر موانع قبلی بیفزاید. بر اساس مطالعات و بررسی‌های به عمل آمده در زمینه نقش تعاونی‌ها در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران، می‌توان نتیجه گرفت که عامل مهم در ایجاد یک نظام اقتصادی تعاونی واقعی، در ابتدا بررسی از دیدگاه ایدئولوژیکی است تا تحولی کلی و همه‌جانبه در نظام اقتصادی و اجتماعی کشور به وجود آید. جهت ایجاد این تحول، پیشرفت و تقویت نهضت تعاونی‌های ابزاری مناسب به حساب می‌آید. از نقطه نظر اقتصادی، قلمروی فعالیت تعاونی‌ها و تشکلهای مردم‌نهاد مشخص و محدود است، و اقداماتی که تعاونی‌ها در بخش‌های کشاورزی، صنایع و حرفه‌ها انجام می‌دهند، به فعالیت در واحدهای تولیدی کوچک و متوسط محدود می‌شود که باید آنها را توسعه داد و واحدهای تولیدی بزرگ‌تری را ایجاد کرد و با به کار بردن روش‌ها و شیوه‌های جدید اقتصادی، به مدرنیزه کردن شیوه‌های تولیدی اقدام کرد. برای ایجاد فرهنگ تعاون نیز باید برنامه‌های آموزشی کلان و اساسی اجرا کرد. اگر چنین رویکردی به وقوع نپیوندد و فرهنگ تعاونی شکل نگیرد، ممکن است در تعاونی‌های خرد و کوچک در امور تولید و توزیع سودگرایی حاکم شود. در چنین شرایطی سود شخصی بر سود اجتماعی غلبه می‌یابد و جامعه از مسیر اصلی خود منحرف می‌شود.



از چالش‌های مطرح شده در حوزه صنایع دستی در این طرح، می‌توان به عدم وجود صنف با ضمانت اجرایی برای کنترل اعمال تولیدکنندگان و بازار رقابت آنها، و مرجعی از سوی هنرمندان و تولیدکنندگان برای رفع مشکلات این حوزه، عدم اهمیت بخشی به فعالیت تشکلهای غیردولتی و کارگاه‌ها، و عدم استفاده از ظرفیت‌های اتاق‌های بازرگانی مشترک و تشکلهای تجاری ایرانیان مقیم خارج به خصوص کشورهای اسلامی اشاره کرد. چالش‌های مذکور نشان‌دهنده نیاز مبرم به توسعه تشکلهای و تعاونی‌های صنایع دستی با ضمانت اجرایی و قانونی است.

**ط- همکاری میان نهادهای ذیربط.** به منظور بهبود شرایط صنایع دستی در کشور، نیاز به برقراری هماهنگی‌ها و همکاری‌های لازم میان سازمان‌ها و نهادهای مربوط است. این همکاری‌ها در برگیرنده طیفی از امور مادی و معنوی است. در واقع، تعارض‌های قانونی و اجرایی میان بخش‌های مختلف، خود مانعی بزرگ بر سر راه رقابتی شدن صنایع دستی است. در این میان، به خصوص همکاری میان سازمان گمرک و میراث فرهنگی بسیار ضرورت دارد. یکی از موارد قابل اشاره در زمینه همکاری این دو نهاد، دریافت اطلاعات آماری مناسب و به هنگام در زمینه اقلام صادراتی و وارداتی صنایع دستی است. هم‌چنین، لزوم کنترل‌های قانونی در زمینه واردات بی‌رویه برخی کالاهای خارجی، با وجود تصویب قوانین مربوط، از جمله همکاری‌های مورد انتظار سازمان گمرک است. متأسفانه، اکثر مبادلات بین‌المللی صورت پذیرفته در بخش صنایع دستی، به صورت صادرات و واردات چمدانی است که در اطلاعات مربوط به اقلام گمرکی ثبت نمی‌شوند. بنابراین، نه تنها اطلاعات آماری مربوط به این مراودات در دسترس نیست، بلکه بسیاری بی‌نظمی‌های مرزی در انتقال کالاهای صنایع دستی را موجب می‌شود. به نظر می‌رسد برقراری همکاری‌های نزدیک میان این دو نهاد بتواند بسیاری از مشکلات موجود در صنایع دستی را به راحتی حل کند.

در حیطه فعالیت‌های دانشگاهی نیز باید ارتباطی عمیق میان دو بخش هنر و صنعت ایجاد شود تا هم افراد علاقه‌مند بیشتری جذب این رشته دانشگاهی شوند و هم آینده شغلی آنها در حوزه مرتبط به رشته‌شان تضمین شود. این امر با برقراری همکاری‌های علمی، آموزشی، پژوهشی، و کاری میان دانشگاه و سازمان میراث فرهنگی به نحوی بهتر صورت می‌گیرد. به‌علاوه، صاحب‌نظران و هنرمندان فعال در این حوزه به برخی چالش‌های دیگر در زمینه ارتباطات و همکاری‌های میان- نهادی اشاره کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به مواردی نظیر نبود هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی ذیربط، عدم همکاری سازمان‌های مختلف جهت ارائه خدمات بیمه‌ای هنرمندان، نبود مشارکت نهادهای مدنی در کنار فعالان این حوزه و فقدان جایگاه این نهادها به عنوان مشاور و سرمایه‌گذار اشاره کرد.

#### ۴-۱-۵ گروه اصلی فرهنگی - اجتماعی

##### ۴-۱-۵-۱ رویکرد درونی

در بحث رویکردهای مورد بحث در این گروه عوامل، رویکرد درونی به مقوله‌هایی می‌پردازد که در پی ایجاد مبنا و اساس درونی در ارتقای فرهنگ صنایع دستی در کشور است. به عبارت دیگر، زمینه‌آشنایی فرهنگی و اطلاعاتی را در سطح اجتماع فراهم می‌سازد.

الف- فرهنگ. بدیهی است صنایع دستی در هر فرهنگی از جمله شاخصه‌های بنیادین در زمینه احراز هویت و اعتبار معنوی و تاریخی ملت‌هاست. موضوعی که ریشه در تاریخ دارد و ثمرات آن، روشنایی بخش راه آینده است. هر اثری که بر پایه باورها و اعتقادات بومی، توسط دستان هنرمند و صنعتگری عاشق و دل‌خسته آفریده می‌شود، برگه‌ای از شناسنامه آن مرز و بوم، و سندی از تاریخ آن کشور است. چیزی که در این میان حایز اهمیت و شایسته توجه است، بیش از پرداختن به تعاریف و معنایی کلامی صنایع دستی، ویژگی‌های ساختاری و ترکیب و سنتز ماهیتی این محصولات با شرایط روز، و جایگاه حضور آنها در عصر فناوری است. بی‌شک وسوسه تجددگرایی و همگام بودن با جریان‌های روز جهان به راحتی می‌تواند عرصه را بر هنرها و فرهنگ‌های ضعیف و ناتوان، که تنها به پشتوانه تاریخی و اعتبار باستانی خود تکیه کرده‌اند، ببندد و فرهنگ وارداتی مصرفی و بی‌هویت، اما مدرن، خوش‌رنگ و صاحب فن‌آوری روز را به راحتی جایگزین کند.

از چالش‌های مهم این حوزه در عرصه فرهنگی-اجتماعی در بررسی‌های انجام شده، تکثر هویتی در مخاطبان جامعه امروز (اختلاط سنت و مدرنیته)، فراموشی برخی هنرهای بومی و سنتی، درهم‌فروریختگی نظام طبیعی این هنر، عدم آگاهی فرهنگی، عدم خودباوری هنرمندان و تولیدکنندگان فعال، عدم اشاعه فرهنگ استفاده از صنایع دستی (در بدنه دولت و میان مردم) با کمک رسانه‌های جمعی، نبود باورمندی میان مدیران مسئول، نبود سازمان فرهنگ‌سازی صنایع دستی، نگاه مدیران به صنایع دستی به عنوان صنعتی تزینی و غیرمؤثر، عدم اهمیت بعد فرهنگ و اجتماعی در انتقال باورها و اعتقادات اقوام مختلف، نیاز به بسترسازی فرهنگی، عدم استفاده نمادین از جمله سبد جوایز بانک، نیاز به مستندنگاری ماندگاری رشته‌های هنرهای سنتی، و نگرش برخی مسئولان مبنی بر عدم بازدهی اقتصادی مطلوب این صنعت هستند.

هم‌چنین طبق آرای حاصل از نشست تخصصی فعالان این حوزه، عدم ترویج فرهنگ ارزش‌بخشی به صنایع دستی، عدم بسترسازی مناسب در جامعه برای پذیرفتن هنرمندان، عدم تفکر درست نسبت به شیوه زیست فرهنگ زیست‌مندان، عدم فرهنگ‌سازی در یک زیست درست، عدم ثبت تاریخ شفاهی هنرهای سنتی، عدم خودباوری کارآفرینان این حوزه، عدم باور جامعه صنایع دستی به خصوص زنان فعال این حوزه، فقدان خودباوری و توانمندی هنرمندان و کارآفرینان نسبت به تامین هزینه‌ها، بی‌توجهی به جایگاه سنت و مدرنیته، عدم استفاده شهروندان از محصولات صنایع دستی به صورت روزمره و عدم فرهنگ‌سازی در این حوزه از مباحث مهمی به شمار می‌روند که در صحبت‌های صاحب‌نظران مورد تأکید قرار گرفته‌اند. در واقع، جایگاه و نقش فرهنگی-اجتماعی صنایع دستی، مهم‌ترین عامل بسترساز رشد اقتصادی و توسعه کسب و کار این حوزه است. انتظار می‌رود با عزمی ملی، کلیه سازمان‌های دولتی در معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی اسلامی از طریق برقراری ارتباطات فرهنگی و برپایی نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، زمینه آشنایی ایرانیان را با دیگر فرهنگ‌ها فراهم آورند و از سوی دیگر، فرهنگ ایرانی اسلامی را در قالب صنایع دستی به مردم جهان معرفی کنند که این امر در واقع از ارکان وظایف سازمان مادر مربوط یعنی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است که باعث می‌شود تا سازمان در توسعه فرهنگی جهان کوشا و فعال شناخته شود و زمینه پویایی فرهنگی را در سطح داخل نیز فراهم آورد. تلاش این سازمان در ترویج صنایع فرهنگی در دو سطح داخلی و خارجی، باعث تسهیل در جریان تولید و عرضه این صنعت می‌شود و شرایطی را

به وجود آورد تا صنایع دستی به عنوان صنعتی مهم در ارتقای وضعیت اقتصادی کشور، به خصوص بهبود تراز پرداخت‌های خارجی، مورد توجه قرار گیرد. به طور کلی، می‌توان دیدگاه صاحب‌نظران این حوزه را با دو رویکرد بررسی کرد که در ادامه تشریح می‌شوند.

**ب- اطلاع‌رسانی و آموزش.** از عوامل اثرگذار فرهنگی که به دلیل ماهیت دانش‌بنیانی آن رویکردی درونی دارد، مؤلفه اطلاع‌رسانی و آموزش است. موانع و مشکلات صنایع دستی به خصوص در بخش آموزش، مسئله‌ای است که در طول زمان شکل می‌گیرد و عبور از آن و تدوین شیوه‌های درست و کارآمد به همراهی دانشگاهیان و اساتید فن نیاز دارد. آموزش، مسئله فرابخشی در صنایع دستی است و به دلیل اثرات مستقیمی که بر مقوله اشتغال و توسعه صادرات صنایع دستی دارد، رفع موانع مربوط به آن از اولویت‌های اصلی توسعه‌بخشی این حوزه است. وجود تناقض و ناهماهنگی در روش‌های آموزش‌های قدیم و جدید، عدم توانایی انطباق دانش‌آموختگان با اهداف آموزش‌های دریافتی، فقدان پژوهش‌های راهبردی و اطلاع‌رسانی در این حوزه، عدم اطلاع‌رسانی و آموزش صادرات در شناسایی بازارهای خارج، عدم اطلاع‌رسانی تجاری در زمینه نمایشگاه‌های تخصصی، نبود آمار دقیق و مشخص صادرات، عدم توجه به صنایع دستی دانش‌بنیان و کارگاه‌های تخصصی، نیاز به احیای رشته‌های در حال نسخ با تجهیز و راه‌اندازی کارگاه‌ها، نیاز به استفاده از کارشناسان و ارزیابان متخصص و آشنا، عدم توجه به آموزش‌های نوین در این حوزه، نیاز به رویکردهای تخصصی مقایسه آمار صادرات با سایر کشورها، نیاز به ثبت دقیق آمار با تعریف برخی اقلام تعریف نشده در گمرک (عتیقه محسوب شدن برخی از انواع محصولات)، عدم پخش برنامه‌های مستند با هدف آشنایی بیشتر با صنایع دستی، نبود آشنایی با تجارت جدید، نبود سیستم جامع اطلاعات آماری، عدم توجه هنرمندان به صادرات کالاهای خود، نیاز به انتقال دانش و تجربه مهارت‌ها از پدران و استادان به نسل حاضر، مشکلات آموزش و بکارگیری نیروهای جوان در این بخش، نیاز به آموزش مناسب هنرمندان و صنعتگران برای تولید مطابق سلیقه مشتریان خارجی با حفظ اصالت‌های فرهنگی، نبود آموزش مناسب برای شناسایی بازار، فقدان توجه به بازاریابی و تبلیغات در این حوزه، عدم بهره‌گیری از اطلاعات و دانش روز، اطلاع‌رسانی ناقص به بازارهای جهانی، و مشکلات آموزشی در زمینه طرح‌آفرینی و تربیت طراحان زبده، از جمله مواردی است که برخی از صاحب‌نظران در بررسی‌های انجام شده مطرح کرده‌اند.

هم‌چنین برخی دیگر به عدم تبحر در جذب هنرجو به دلیل بی‌کفایتی کارشناسان بی‌تجربه، عدم آرایه آمار صادقانه کارگاه‌های صنایع دستی توسط کارفرمایان، عدم وجود آموزش در حوزه‌های مختلف بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی، عدم آموزش‌های دانشگاهی جهت ارتباط‌گیری و ایجاد شبکه، عدم برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب و توانمندسازی برای فعالان این حوزه، عدم وجود آموزش در رعایت حفظ اصالت‌ها، نبود توجه به آموزش‌های کم‌توانان، عدم وجود آمار دقیق در حوزه‌های داخلی و بین‌المللی، عدم توجه به شیوه‌های آموزش‌های نوین، عدم وجود همایش‌های کیفی، عدم شناخت و شناسایی درست از صنایع دستی، نبود شناخت مدل‌های کارآفرینی جهانی، عدم شناسایی فرصت‌های بین‌المللی جهت معرفی محصولات صنایع دستی، فقدان شناخت جایگاه جهانی ایران در این حوزه، عدم آرایه روش‌های حل مشکلات و چالش‌های حوزه صنایع دستی، نبود توجه به کم‌توانان یا ناتوانان ذهنی که می‌توانند بخشی از ظرفیت مخاطب آموزش‌های صنایع دستی را به عنوان یک رویکرد

هنردرمانی در برگیرند، ندادن آگاهی و آموزش لازم و مناسب به جوانان، و عدم تشویق جوانان در روی آوردن به هنرهای صناعی نیز اشاره داشته‌اند.

**ج- هنر- مهارت.** از آنجایی که ماهیت و اصالت صنایع دستی منوط به هنرآفرینی و خلاقیت‌های هنری هنرمندان و صنعتگران این حوزه است، بدیهی است توجه به جایگاه ارزش‌های هنری برخاسته از فرهنگ اصیل می‌تواند نقش مؤثری در حفظ و میراث‌داری آن مهارت داشته باشد. از چالش‌های مهم این بخش در مقالات می‌توان به عدم توجه به تفاوت ماهوی صنعت یونانی و صنعت جدید (ایجادکننده تمایز بین هنر و صنعت) و تضاد بین نظریه و عمل اشاره کرد؛ به گونه‌ای که در قدیم، هنر و مهارت با زندگی درآمیخته بوده است و تا هنرآموزی مراحل عملی آن حرفه و هنر را طی نمی‌کرد، نمی‌توانست درک و شناخت درستی از گفته‌های استادکار خود داشته باشد. چالش‌های دیگری که در این بخش بدان پرداخته شده است، مواردی همچون عدم وجود یک شبکه متمرکز، منسجم و هم‌افزای غیردولتی هنرمندان این حوزه، عدم وجود شبکه‌های اجتماعی قدرتمند ملی و بین‌المللی در این حوزه، عدم وجود سازماندهی مناسب بین فعالان این حوزه، عدم بهره‌مندی از فرصت‌های بین‌المللی این حوزه، تقلیل جایگاه هنر در صنایع دستی و بی‌هویتی صورت و معنا در آثار صنایع دستی به شمار می‌روند.

#### ۵-۱-۲ رویکرد بیرونی

در گروه‌بندی عوامل فرهنگی- اجتماعی، رویکرد بیرونی به مصداق‌های بیرونی فرهنگ‌ساز بر اساس نظرات صاحبان علم و فن در حوزه صنایع دستی اشاره می‌کند. به عبارت دیگر، رویدادهایی در این گروه قرار گرفته‌اند که می‌توانند نقش کلیدی در فرهنگ‌سازی هنرهای صناعی ایفا کنند.

**د- گردشگری.** بررسی آمارهای مربوط به بازدید گردشگران خارجی و حتی داخلی از مراکز تولید صنایع دستی، نشانگر آن است که صنایع دستی یا هنرهای صناعی، که یکی از مظاهر فرهنگی و هنری محسوب می‌شود، می‌تواند عامل مهم و حتی ایجابی برای جلب و جذب گردشگران به حساب آید؛ چرا که هر اثر صنایع دستی، بازگوکننده خصوصیات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی یک کشور و حتی منطقه و محل تولید است و می‌تواند در شناساندن هنر اصیل و بومی، و فرهنگ آن ناحیه نقش اساسی ایفا کند. اما متأسفانه با توجه به اشارات برخی صاحب‌نظران در گزارش مطبوعاتی، چالش‌های عدم اهمیت گردشگران و خریداران بالقوه، عدم توجه به گردشگری و اثر آن بر فروش تولیدات، عدم توجه به جلب گردشگران داخلی و خارجی، به خصوص گردشگران خارجی به جهت قدرت خرید بیشتر، از جمله مواردی است که باید مورد توجه قرار گیرند.

اکثر محققان به اثر متقابل میان صنایع دستی و گردشگری اعتقاد دارند؛ زیرا با تجربه و در عمل دریافته‌اند که صنایع دستی یکی از عوامل بسیار مؤثر در جذب گردشگر است و به طور متقابل، صنعت گردشگری می‌تواند به رشد و توسعه و گسترش صنایع دستی، حفظ اصالت و بهبود کیفیت آن کمک کند. بر پایه همین اعتقادات و تجربیات بدست آمده، تشکیلات صنایع دستی و گردشگری در بسیاری از کشورها در هم ادغام می‌شوند و یا میان آنها، رابطه تنگاتنگ، هماهنگ و منسجمی دیده می‌شود. این اتفاق موجب شده است تا در ایران نیز سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ادغام شود و سازمان گسترده‌تری به

نام سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایجاد شود. از آن جا که صنایع دستی در برگیرنده مجموعه‌ای از مفاهیم و ارزش‌های فرهنگی، هنری، اجتماعی و اقتصادی است، در هر کشور بر حسب اهداف و شرح وظایف خود با تشکیلات و سازمان‌های متعددی در ارتباط است. از جمله سازمان‌هایی که در کلیه کشورها دارای رابطه‌ای تنگاتنگی با صنایع دستی است، و اثراتی بر تحول و تکامل آن دارد، موزه‌هاست (یاوری، ۱۳۸۹: ۷۷-۶۵) که می‌تواند در جلب گردشگر، نقش مهمی را ایفا کند. این موزه‌ها می‌توانند نقشی اساسی در جلب گردشگران و معرفی فرهنگ و هنر ایرانی به آنان ایفا کنند.

**ه- نمایشگاه:** همانگونه که در گزارشات ارایه شده است، اهمیت برگزاری نمایشگاه‌های مناسب داخلی و بین‌المللی نقش مؤثری در توسعه کسب و کار این حوزه دارد که از رویکردهای بیرونی عوامل فرهنگی اجتماعی آن محسوب می‌شود. هم‌چنین نیاز به مشکل بودن حضور در نمایشگاه‌های خارجی، هزینه سنگین شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، نبود نمایشگاه‌های فصلی، حضور نابجای بدلیجات در این مکان‌های تخصصی، تعداد اندک نمایشگاه‌ها در تهران و سایر شهرستان‌ها، کم بودن زمان برگزاری نمایشگاه‌ها، تخصیص مکان نمایشگاه به هنرمندان خاص، عدم وجود نمایشگاه‌های دائمی جهت فروش بدون واسطه، عدم واگذاری اداره نمایشگاه‌ها به هنرمندان، و وجود تبعیض و ناداوری در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها از چالش‌های مهم بخش برگزاری نمایشگاه در این حوزه است.

#### ۵-۱-۵ گروه اصلی صنعت

**الف- آمیخته بازاریابی.** در مدیریت بازاریابی ۴ عنصر عمده و اصلی وجود دارد که در ایجاد پاسخ‌های مطلوب از مصرف‌کنندگان و بازارهای تجاری مورد استفاده قرار می‌گیرند. اکثر برنامه‌ریزی‌های بازاریابی حول این چهار محور قرار دارد که عبارتند از: محصول، قیمت، توزیع و ترفیع. بازاریاب‌ها آمیخته بازاریابی را به گونه‌ای طراحی می‌کنند که مصرف‌کنندگان به دنبال مبادله پول یا هر چیز ارزشمند دیگر با محصولات باشند (ونوس، ۱۳۸۵). در ادامه ضمن معرفی این مؤلفه‌ها، مباحث مختلف بازار صنایع دستی ایران در این حوزه نیز تشریح می‌شود.

**- محصول.** در ایران حدود ۲۵۰ هنر یا صنعت با نام صنایع دستی ثبت شده است؛ هرچند بعضی از آنها فراموش شده‌اند و یا در حال فراموشی هستند که این گروه‌ها، تشریح‌کننده نوع محصول صنایع دستی هستند. به طور کلی، ۳ عنصر دیگر آمیخته بازاریابی حول عنصر محصول می‌چرخند (محصول به عنوان هسته مرکزی مطرح می‌شود) و در بازاریابی اصل بر محصول، کمیت و کیفیت آن است. بدیهی است اگر کالا یا محصولی فروش خوبی نداشته باشد، به طور سیستماتیک از بازار حذف می‌شود.

نبود شناسه‌ای قدرتمند با پشتیبانی شرکت‌های قوی تولید صنایع دستی، یکی از مهم‌ترین چالش‌های حضور در بازارهای جهانی است. صنعتگران و برنامه‌ریزان صنایع دستی در ایران باید این نکته را دریابند که عبور از مرحله صنایع دستی بعنوان صنعتی صرفاً هنری به صنعتی با تولید تجاری در مقیاس انبوه ضروری است. در واقع، با استفاده از فرصت‌های بازاریابی جهانی، باید سرمایه‌گذاران را تشویق به ورود به این بخش کرد. با وجود مزیت نسبی بسیار در حوزه صنایع دستی، در ایران به دلیل

عدم مدیریت صحیح محصول، منافع بسیار کمی از نگاه خرد، عاید هنرمندان و تولیدکنندگان صنایع دستی، و از نگاه کلان، به نفع اقتصاد کلی ایران شده است. همین امر، نگاه تزیینی به صنایع دستی را تقویت می‌کند.

چالش‌های طرح شده از دید برخی هنرمندان و فعالان حوزه صنایع دستی در بررسی‌های انجام شده شامل عدم توجه به کیفیت محصولات صنایع دستی، بی‌توجهی در به روزرسانی محصولات با توجه به سلیقه بازار مصرف داخلی و خارجی، عدم توجه به زیبایی‌شناسی طراحی و توسعه محصول، مشکل کیفیت محصولات، منسوخ شدن برخی رشته‌های صنایع دستی، تکراری بودن طرح‌های و نقش‌های بکار رفته، نداشتن دید کاربردی نسبت به محصولات، نیاز به هماهنگی با اقتصاد نوین در فرایند تولید محصول، عدم رعایت استانداردهای جهانی در ورود به بازارهای جهانی (مانند بارکد و شناسنامه کالا)، مشکل طراحی محصولات، اصرار به ثابت بودن فرم، طرح، نقش و تکنیک کار هستند.

به علاوه، مراحل پذیرش یک کالا توسط مشتری عبارت از آگاهی از وجود کالا، علاقه‌مندی و ایجاد علاقه در مصرف‌کننده، ارزیابی محصول از طرف مشتری، استفاده از محصول و در نهایت پذیرش محصول است (حسینی، ۱۳۸۳). این مراحل حتما باید با برنامه طی شوند تا صنایع دستی ما به آرامی جای خود را در بازارهای داخلی و جهانی بیابد. مزیتی که محصول ما نسبت به دیگر کالاهای سایر کشورها دارد، قابلیت سفارشی کردن محصولات و عمر مفید طولانی مدت این کالاهاست که باید به خوبی بر روی این نقاط مثبت تاکید شود.

- **تبلیغات و بازاریابی:** این عنصر از آمیخته بازاریابی به استفاده از رسانه‌های دیداری و شنیداری، همچون تلویزیون، رادیو، اینترنت، تابلوهای تبلیغاتی، رسانه‌های شهری، روزنامه و مجلات، و سایر ابزارهای ارتباطی در تبلیغ و بازاریابی محصولات اشاره دارد. به علاوه، استفاده از ترفیعات فروش در تبلیغات نظیر هدایا، کوپن، تخفیفات ویژه و فصلی، عاملی پرنفوذ در رسیدن به اهداف تبلیغاتی به شمار می‌رود. نمی‌توان انتظار داشت، در حالی که در داخل کشور آشنایی قابل قبولی با صنایع دستی در سطح عمومی وجود ندارد، سهم قابل توجهی از بازار منطقه‌ای و بین‌المللی نصیب کالاهای صنایع دستی ایران شود. در واقع، وجود رقبای قدرتمند، سهم ما را بسیار ناچیز کرده است. در صورت فقدان برنامه بازاریابی مشخص، این میزان سهم بازار نیز از دست خواهد رفت. به منظور ارتقای محصولات صنایع دستی بومی و محلی در سطح جهانی، استفاده از شبکه‌هایی با گستره جهانی از قبیل ماهواره و اینترنت، می‌تواند ضریب نفوذ توسعه را افزایش دهد. در واقع، طراحی و راه‌اندازی سایتی جامع و چندرسانه‌ای همراه با قابلیت برگرداندن آن به زبان‌های مختلف از جمله استراتژی‌های کارآمد در بحث تبلیغات در حوزه ملی و جهانی است.

ضعف در اطلاع‌رسانی، عدم آشنایی مصرف‌کننده با محصولات و ارزش صنایع دستی، و عدم ارتباط تعاملی با مصرف‌کنندگان، همگی نشان‌دهنده ضرورت ایجاد برنامه تبلیغاتی و اطلاعاتی منسجم هستند. در این میان، اینترنت سه عامل آسایش، آرامش و ثبات را برای مشتری فراهم می‌سازد که باعث فعال شدن بیشتر او در فضای مجازی خواهد شد (اسفیدانی، ۱۳۸۵). به علاوه، مدیریت ارتباط با مشتری، زمینه رابطه با خریداران و علاقمندان حوزه صنایع دستی و تسلط بر بخش‌هایی از بازار، و نیز توسعه

رابطه با سیستم توزیع و فروشندگان برای حفظ موقعیت در بازار را فراهم می‌سازد (علی‌احمدی، ۱۳۸۵). در این میان، بازاریابی اینترنتی عامل تسریع‌کننده در توسعه بازارهای بین‌المللی است. انعطاف‌پذیری و کارایی وب به حدی است که فعالیت‌های مختلف را تحت الشعاع خود قرار داده است. سرعت، دسترسی زمانی و مکانی، و انعطاف‌پذیری از مزایای استفاده از اینترنت در بازاریابی است. از سایر مزایای مهم و اصولی اینترنت در بازاریابی می‌توان به داشتن امکان گفتگوی دائمی با مشتری، سفارش‌سازی انبوه و ایجاد صمیمیت اشاره کرد. اینترنت امکان جمع‌آوری و تحلیل میزان زیادی از اطلاعات و عادات مشتریان را فراهم می‌سازد (اسفیدانی، ۱۳۸۵). بدین ترتیب می‌توان زمینه تحقیقات بعدی را نیز بدین وسیله به وجود آورد. بنابراین، باید زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر مبنای وب گسترش داده شود و در تمام حوزه‌ها نظیر تجارت الکترونیکی از آن استفاده شود. از این ابزار ارتباطی، حتی می‌توان در زمینه گسترش یادگیری از طریق آموزش‌های مجازی استفاده کرد که بسیار کم‌هزینه و کارآمد است.

در بررسی‌های انجام شده از صاحب‌نظران، بیشتر به مواردی همچون فقدان تبلیغات مؤثر از طریق رسانه‌های صوتی و تصویری، فقدان توجه به بازاریابی داخلی و خارجی، مشکلات رهیافت بازار، تبلیغات نامناسب، نیاز به تبلیغات آگاهی‌بخش و حساسیت‌زا در رسانه‌ها (مانند نمونه پویانمایی‌های نیروی انتظامی)، نیاز به تبلیغات جهت شناساندن هنرهای بومی و دستی، رویکرد نامناسب نسبت به تبلیغات و بازاریابی در داخل و خارج کشور، عدم اصلاح روش‌های بازرگانی و بازاریابی محصولات، عدم توجه هنرمندان به بازاریابی در این حوزه، عدم توجه به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی، نیاز به تبلیغات جهت گسترش بازارهای جهانی کالاهای صادراتی، عدم توجه به حفظ بازارهای سنتی صادرات، عدم آشنایی هنرمندان با نحوه بازاریابی جهانی، نیاز به ارزیابی سلیقه و احتیاجات سایر کشورها، نیاز به اعزام بازرگان و بازاریاب در کنار هنرمندان به نمایشگاه‌ها (فقدان توانایی و دانش هنرمندان در این زمینه)، عدم استفاده از تکنیک‌های بازاریابی حرفه‌ای، عدم استفاده از تبلیغات هدفمند و اثرگذار، عدم استفاده از شبکه‌های اطلاع‌رسانی به ویژه اینترنت برای معرفی صنایع دستی، نیاز به تبلیغات از سوی رسانه‌های گروهی و اهمیت استراتژی تبلیغاتی در این حوزه تاکید داشته‌اند. همچنین، برخی از آنان به اختصار به مواردی چون فقدان آسیب‌شناسی بازار، عدم توجه به رویکرد بازاریابی، بازاریابی و بازرگانی این حوزه، عدم توجه به کارآفرینی این حوزه با توجه به چالش‌های بازار، عدم وجود تبلیغات قبل از شروع و در زمان برپایی نمایشگاه از طریق رسانه‌های عمومی، و عدم توجه به گسترش شناسه اشاراتی داشته‌اند که این امر نشان‌دهنده اهمیت این حوزه در توسعه کسب و کار صنایع دستی است.

- **قیمت‌گذاری:** تعیین ارزش یا مبلغی که مصرف‌کننده برای دریافت آنچه که ارایه شده باید بپردازد، موضوع بحث این عنصر است (ونوس، ۱۳۸۵). قیمت محصولات صنایع دستی باید به گونه‌ای باشد که بتواند با محصولات سایر کشورها رقابت کند. گاهی لازم است برای به دست آوردن یک بازار خاص، قیمتی کمتر از رقبا در نظر گرفت تا با یک حرکت تهاجمی، بازار را به دست آورد. البته در این میان، در تعیین ارزش پرداختی، باید ارزش صنایع دستی تحت الشعاع استراتژی‌های قیمت‌گذاری قرار نگیرد. به عبارت دیگر، تعیین ارزش کمتر، اثری منفی بر دید و نگاه خریدار نسبت به ارزش محصولات صنایع دستی ایران بر جای می‌گذارد. بنابراین، در قیمت‌گذاری محصولات صنایع دستی باید برنامه و طرحی مناسب در پیش گرفت تا از یک سو،



خریدار قادر به خرید این محصولات باشد و از سوی دیگر، قیمت انتخابی، ارزش ظاهری و پنهانی کالاهای صنایع دستی در نزد خریدار را از دست ندهد و ویژگی فاخر بودن این محصولات را همزمان دارا باشد.

به منظور تعیین استراتژی مناسب قیمت‌گذاری، استفاده از رویکردی جهت طرح نقشه ادراکی از موضع محصولات در ذهن مشتریان بالقوه و بالفعل ضروری است. به نظر می‌رسد مهم‌ترین مرحله اقدام، اتخاذ رویکرد STP است. با استفاده از این ابزار، مراحل بخش‌بندی بازار، هدف‌گذاری و موضع‌یابی صورت می‌پذیرد و آنگاه با استفاده از جایگاه انتخاب شده، برنامه آمیخته بازاریابی تدوین می‌شود. در این میان، قیمت‌گذاری یکی از مؤلفه‌های مهم در نشان دادن جایگاه اصلی محصولات صنایع دستی به شمار می‌رود. در واقع، نگاه به رقبای احتمالی و موجود در جایگاه مشخص شده، می‌تواند دلایل ضعف و به حاشیه رانده شدن صنایع دستی در بازارهای داخلی و خارجی را مشخص سازد.

در بررسی چالش‌های این بخش در گزارش مطبوعات، به مواردی از قبیل رقابت قیمتی نامناسب، قیمت بسیار بالای محصولات مرغوب، چالش نحوه قیمت‌گذاری، قیمت بالای صنایع دستی به علت کاربر بودن و عدم امکان تولید انبوه، هزینه‌های بالای حمل و نقل و تأثیر آن بر هزینه‌های کالا، و عدم رعایت استانداردهای جهانی در ورود به بازارهای جهانی (مانند بارکد و شناسنامه کالا) اشاره شده است. قیمت‌گذاری باید هماهنگ با سه عنصر دیگر باشد. در واقع، قیمت کالاهای صنایع دستی بر اساس چرخه عمر کالا متناسب با ویژگی‌های محصول، فعالیت‌های ترفیع فروش و امکانات توزیعی تغییر می‌یابد و این امر، لزوم انعطاف‌پذیری در تعیین قیمت کالاهای صنایع دستی را نشان می‌دهد. البته، درجه انعطاف‌پذیری و زمان تغییر قیمت‌ها، خود امری مهم در برداشت مشتریان از ماهیت و ارزش محصولات صنایع دستی به شمار می‌رود. متأسفانه، کانون‌های قدرت در این زمینه نقش مؤثری ایفا می‌کنند و در راستای سودآوری فعالیت‌های خود، موانعی را بر سر راه فعالان حوزه صنایع دستی ایجاد می‌کنند. در چنین حالتی، تمرکز بر کیفیت و برتری‌های نسبی محصولات صنایع دستی ایران و شناسایی مشتریان بالقوه، می‌تواند عواملی مهمی به شمار روند.

در صحنه داخل کشور برای ترویج استفاده از صنایع دستی در خوشبینانه‌ترین حالت می‌توان از قیمت یارانه‌ای استفاده کرد، هرچند دولت در چنین پرداخت‌هایی محدودیت دارد. به طور کلی، با توجه به همخوانی و آشنایی مصرف‌کننده داخلی با فرهنگ و تمدن کشور، برقراری ارتباط آسان‌تر صورت می‌گیرد. خالص‌سازی قیمت برای ایجاد تحرک در مصرف‌کننده و استفاده از قیمت‌های پایین در مراحل اولیه به نظر رویکرد مناسبی می‌رسد. بدین ترتیب، به تدریج می‌توان قیمت را ارتقا داد. در این مرحله، هدف کاهش قیمت برای خریداران جدیدی است که قادر به پرداخت قیمت‌های بالا نیستند (هاوکی‌نژاد، ۲۰۰۴). بنابراین، نگاه به صنایع دستی از حال لوکس و تزیینی خارج می‌شود و در زندگی عادی مردم جریان می‌یابد. هر چند در این میان، مجدداً یادآوری می‌شود که کاهش قیمت نباید ارزش صنایع دستی را تضعیف سازد. در این میان، استفاده از برخی تاکتیک‌های فروش که به طور غیرمستقیم شامل تخفیفات حجمی، نقدی، فصلی و یا جغرافیایی هستند، می‌تواند با حفظ ارزش صنایع دستی، شرایط فروش بیشتر با قیمت کمتر را فراهم سازد. به علاوه، در بازارهای بین‌المللی، از آنجایی که طیف محصولات



با درجه‌های مختلف مرغوبیت ارایه می‌شود، قیمت شدیداً بر اساس رقابت و کیفیت تعیین می‌شود. به نظر می‌رسد، رویکرد STP می‌تواند فعالیت چه در سطح داخلی و چه خارجی را تسهیل سازد.

**- واسطه‌های فروش (توزیع):** بخش مهمی از فرآیند کسب و کار به مراحل ارایه فیزیکی محصول بستگی دارد که در حوزه صنایع دستی، همچون سایر بخش‌ها، با چالش‌های بسیاری مواجه است که از آن جمله می‌توان به مواردی از قبیل وجود دلالان و واسطه‌های بسیار و در نتیجه افزایش قیمت محصولات، قبضه کردن نمایشگاه‌ها توسط واسطه‌ها، فقدان توسعه و ترویج تجارت الکترونیک (با دید حذف واسطه‌های غیرضروری) برای ارایه کالاها، وجود واسطه‌های غیرکارشناس، تصدی واسطه‌های دولتی، و عدم اعتماد میان تولیدکننده و واسطه‌ها اشاره کرد. بدیهی است هر چه نظارت و ساماندهی بیشتر بر عرصه واسطه‌گری فروش محصولات بیشتر باشد، بازار کسب و کار این حوزه رونق سالم‌تری خواهد داشت. البته به دلیل فاخر بودن بسیاری از محصولات صنایع دستی، قیمت‌گذاری همراه با واسطه‌گری، بازار فروش را به چالش می‌کشد. بدیهی است قیمت یکی از عوامل بسیار مهم در خرید است و این مورد رابطه تنگاتنگی با قدرت خرید مشتریان بالقوه دارد. از آنجایی که بخش عمده افزایش قیمت از طریق واسطه‌ها صورت می‌پذیرد، می‌توان مدیریت و کنترل مناسب واسطه‌ها را از جمله نقش‌های اساسی دولت و اصناف ذکر کرد. از سوی دیگر، ایجاد بازارچه‌های عرضه مستقیم کالاهای صنایع دستی می‌تواند به عنوان راه‌حلی مناسب مورد توجه قرار گیرد. چنانکه این موضوع از دیرباز دغدغه بسیاری از هنرمندان و فعالان حوزه صنایع دستی بوده است؛ به طوری که همواره خواستار مکانی هستند که قادر باشند محصولات تولیدی خود را بدون حضور واسطه‌ها و به طور مستقیم به مشتریان ارایه کنند.

**ب- مدیریت مواد اولیه.** یکی دیگر از ارکان کسب و کار این حوزه، موضوع مهم تأمین مواد اولیه است؛ به طوری که نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت و کمیت تولید محصولات صنایع دستی دارد. لذا با توجه به چالش‌های طرح شده از دیدگاه صاحب‌نظران این حوزه همچون مشکل تأمین مواد اولیه ارزان و باکیفیت، بازار بی‌ثبات مواد اولیه، تأمین سخت مواد اولیه و سوخت لازم مورد نیاز، و عدم وجود برخی مواد اولیه بومی به دلیل مشکلات زیست‌محیطی، می‌توان بر اهمیت نقش آن در فرایند توسعه کسب و کار این حوزه پی برد. به خصوص آنکه توان رقابت تولیدی پایین برخی از تولیدکنندگان که مواد اولیه را به صورت آزاد تهیه می‌کنند، در مقایسه با سایرین که از ارز مبادله‌ای بهره‌مند می‌شوند، و یا از طریق رانت به قیمت پایین‌تری دسترسی دارند، عرصه رقابت را به چالش می‌کشد.

**ج- تولید.** تولید صنایع دستی اساساً متکی به منابع داخلی است، از این رو به طور معمول بیش از ۹۰ درصد ارزش داده‌ها در این رشته که به طور عمده شامل نیروی کار، مواد اولیه مصرفی و وسایل و ابزار کار است، در داخل کشور فراهم می‌شود و طبعاً هر گونه افزایش در میزان تولید و فروش فرآورده‌های دستی اثری مستقیم در افزایش تولید ناخالص ملی دارد. لذا امروزه برخی از ممالک در حال توسعه که در حقیقت صاحبان اصلی صنایع دستی هستند، به جای صدور مواد خام نظیر پنبه، پشم، کنف، پوست، چوب، ابریشم و...، تلاش دارند تا این گونه مواد را به محصولات دستی، که تجربه و تبحر در ساخت و پرداخت آن دارند، تبدیل کنند و فرآورده‌های تولیدی خود را با ارزش افزوده بالا به کشورهای پیشرفته صادر کنند. متأسفانه به علت فقدان آمار و اطلاعات دقیق از میزان تولید سالانه محصولات صنایع دستی در کشورهای رو به رشد، که تا حد زیادی ناشی از

اهمیت عامل خود مصرفی این فرآورده‌ها در مناطق روستایی و عشایری و عدم عرضه آن در بازار است، تعیین سهم واقعی صنایع دستی در مجموع تولیدات ملی کشورهای مختلف جهان امکان‌پذیر نیست.

از چالش‌های مطرح شده در این طرح می‌توان به عدم توجه به شیوه‌های جدید تولید و استفاده از امکانات فن‌آوری جدید (مولاژ و چاپگرهای سه‌بعدی)، عدم نوآوری و خلاقیت فرآیندی، عدم توجه به تولید بر اساس استانداردها، هزینه سربار بالا، ناتوانی در تولید محصولات با کیفیت و قیمت رقابتی، عدم اصلاح روش‌های تولید صنایع دستی، عدم توجه به شرایط بهداشتی کارگاه‌ها، نیاز به توجه به بخش پیش‌بینی از تولید، عدم نظارت بر نحوه ساخت و مراحل تولید، کاهش تولید و کیفیت کالا به جهت گرانی مواد اولیه، ضعف در طراحی‌های نوین متناسب با نیازها و سلیقه روز جامعه، عدم وجود بهینه مدیریت تولید، مشکلات راه‌اندازی و حفظ کارگاه‌ها به خصوص در مناطق بومی، وجود تولیدات بدون بازار عرضه، و فروش و فزونی عرضه به تقاضا، اشاره کرد. متأسفانه در سال گذشته (۱۳۹۲) که سال حمایت از تولید ملی بود، بخش‌های مهمی از تولیدات داخلی مورد بی توجهی قرار گرفت که یکی از آنها صنایع دستی و بومی ایران بود. این بی‌توجهی موجب شد تا کشورهای دیگری که قدر هنر ایرانی را می‌دانند، به این حوزه وارد شوند و با تولید محصولات نامرغوب مانند فرش‌هایی با طرح ایرانی، نام خود را به این صنعت گره زنند. به عنوان نمونه، تولیدات چینی‌ها مدتهاست صنایع دستی ایران از جمله فرش را در داخل کشور با مشکل مواجه کرده است. حتی در برخی مواقع، محصولات صنایع دستی سایر کشورها با نام ایرانی به کشورهای اروپایی و آمریکایی صادر می‌شوند. این در حالی است که کشور ایران از لحاظ حضور هنرمندان و صنعت‌گران صنایع دستی از موقعیت برتری برخوردار است و این منبع غنی می‌تواند در بهبود تولید ناخالص ملی کمک شایانی داشته باشد.

**د- فعالیت‌های اداری.** یکی دیگر از مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار این حوزه، موانع اداری و اجرایی است. به طوری که از همان نقطه آغاز، راه‌اندازی کسب و کار، تا لحظه حضور جدی در عرصه رقابت، موانع اداری و اجرایی اعم از تنظیم دفاتر دارای و فرآیندهای پیچیده و کند اداری آن، عدم وجود مشاوران لازم جهت بیمه و امور اداری هنرمندان، عدم وجود کارشناسان آگاه در منصب‌های اداری سازمان‌های مربوطه، عدم ثبات مدیران و تاثیر در سرعت روند اداری، نبود نظام سازمان‌یافته برای امور اداری هنرمندان و فعالان این حوزه و از همه مهم‌تر، عدم ساماندهی ثبت و ضبط مستندات اداری امور فعالان و هنرمندان در سازمان‌ها و نهادهای مرتبط مشکلاتی را ایجاد می‌کنند که شرایط کار در این حوزه را سخت‌تر می‌کند. بنابراین، ایجاد سازمان اداری- مالی مستقل و تسهیل‌کننده فعالیت‌های اداری هنرمندان و فعالان ضرورت دارد تا زمینه‌های توسعه کسب و کار در این حوزه فراهم شود.

### جمع‌بندی فصل پنجم

چنانکه در این فصل ملاحظه می‌شود، از چالش‌های مطرح شده در حوزه صنایع دستی در جداول چهارگانه (مقالات و طرح‌ها، گزارش‌های مطبوعاتی، نشست هم‌اندیشی و پرسشنامه)، بر اساس تشابه میان موارد مطرح شده، گروه‌بندی عوامل مؤثر صورت پذیرفته است. به طوری که تلاش شده است تا بیشترین هم‌خوانی میان عوامل مندرج در یک گروه وجود داشته باشد

و در عین حال، تمایز میان گروه‌های مختلف با یکدیگر بیشترین باشد. بدین ترتیب، در نهایت، ۵ گروه اصلی حقوقی-قانونی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، و صنعت مورد شناسایی قرار گرفته است.

در گروه اول، موارد مرتبط حقوقی-قانونی شامل مؤلفه‌های مالکیت معنوی، و قوانین تدوینی و نظارتی مورد توجه قرار می‌گیرند. این گروه بیشتر از بعد قانون‌گذاری، چه در حوزه اجرایی و چه نظارتی، صحبت به میان می‌آورد. در واقع، آنچه این گروه بر آن تمرکز دارد، از یک سو، به ثبت نقش و طرح‌های ایرانی، و جلوگیری از کپی‌برداری آثار اصیل ایرانی اشاره دارد که بیشتر در صحنه بین‌الملل سنخیت دارد. به عبارت دیگر، جنبه حقوقی-قانونی مورد بحث در این مؤلفه، تأکید بیشتری بر حوزه رقابت بین‌المللی دارد؛ هر چند تا حدودی این مشکل در سطح داخلی نیز خودنمایی می‌کند. از سوی دیگر، بحث قوانین تدوینی و نظارتی دارد صرفاً به حوزه داخلی توجه دارد و به قوانینی اشاره دارد که هم تسهیل‌گر امور اجرایی هنرمندان باشد، هم به طور مستقیم و غیرمستقیم حامی فعالیت‌های آنان باشد، و هم مانع اقدامات سودجویانه گروه‌های قدرتی شود که عرصه را بر تولیدکنندگان و دلسوزان حوزه صنایع دستی تنگ می‌کنند. تمرکز بر این مباحث می‌تواند بسیاری از مشکلات موجود در حوزه صنایع دستی را از میان بردارد.

با توجه به نگاره ۵-۱، مباحث سیاسی و دولتی در گروه اصلی دوم جای می‌گیرند. بدین ترتیب، در این بخش، مواردی نظیر حمایت و پشتیبانی دولتی، مدیریت، و برنامه و استراتژی مدون مطرح شده است. صنایع دستی در شرایط کنونی در وضعیتی به سر می‌برد که به تنهایی قادر به بهبود اوضاع خود نیست. در این میان، انتظار می‌رود تا دولت با حمایتی درخور، چه از بعد مالی و چه معنوی، هنرمندان و فعالان این حوزه را مورد پشتیبانی قرار دهد. حمایت دولتی بدون واگذاری مسئولیت‌ها و وظایف سازمانی به مدیری لایق و کارآمد امکان‌پذیر نیست. به علاوه، استمرار مدیریت و عدم تغییر و تحول‌های ناگهانی، نوعی اطمینان نسبی در محیط جهت بهبود شرایط جاری برقرار می‌سازد. در واقع، تغییر مستمر تیم مدیریت مسئول در حوزه صنایع دستی، نوعی آشوب و بحران در میان فعالان این حوزه ایجاد می‌کند و در پی آن حمایت و پشتیبانی لازم نیز فراموش می‌شود. مهم‌تر از همه، مبحث تدوین راهبرد مناسب به سوی آینده است که متأسفانه تاکنون به طور جدی مورد توجه قرار نگرفته است. طرح برنامه کار و استراتژی‌های مناسب به منظور حرکت از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب، نیاز به متخصص کارآشنا و خلاق دارد تا روزه‌های امیدی در این صنعت رو به رشد ایجاد کند.

سومین گروه عوامل به مباحث مرتبط اقتصادی از قبیل تأمین مالی و سرمایه، زیرساخت‌های توسعه، شرایط اقتصادی داخلی و خارجی، رقابت و شرایط بازار، بازار و مکان فروش، خصوصی‌سازی، تشکلهای و تعاونی‌ها، و همکاری میان نهادهای ذیربط اشاره دارد. یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های فعالان صنایع دستی، به مباحث مالی کار مربوط است. متأسفانه دریافتی پولی عمده هنرمندان و تولیدکنندگان صنایع دستی در حدی نیست که بتوانند سرمایه‌گذاری‌های لازم در حوزه کاری خود و استقرار تجهیزات و کارگاه‌های لازم انجام دهند. همچنین، مشکلات زیرساختی به خصوص در زمینه حمل و نقل، منجر به افزایش هزینه‌های تمام شده محصول شده است. افزایش هزینه‌های تولید اثر مستقیمی بر قیمت کالاها اعمال می‌کند و منجر به کاهش فروش می‌شود. در واقع، به دلیل تغییرات وضعیت اقتصادی در داخل و خارج، قدرت خرید عموم مردم کاهش یافته است و

این امر به نوبه خود، اثرات منفی در فروش کالاهای صنایع دستی داشته است. به علاوه، هجوم محصولات خارجی با کپی‌برداری از محصولات صنایع دستی ایران و با کیفیتی نامرغوب ولی ارزان، عرصه را بر فعالان این حوزه بسیار محدود کرده است. نبود بازار و مکان مناسب جهت فروش تولیدات صنایع دستی، هنرمندان را وادار کرده است تا محصولات تولیدی خود را به دست واسطه‌ها بسپارند و به سودی اندک راضی شوند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مسیر مذکور به صورت چرخه‌ای باطل، فعالیت تولیدکنندگان حوزه صنایع دستی را با چالشی بزرگ مواجه ساخته است.

هم‌چنین، در طی سالیان گذشته، پیوسته مبحث خصوصی‌سازی از سوی گروه‌های صاحب‌نظر مورد مناقشه قرار گرفته است؛ به طوری که موافقان و مخالفان آن هر یک از دیدگاه خود به تشریح نظرات خود می‌پردازند. در حوزه صنایع دستی نیز این امر مستثنی نبوده است. به نظر می‌رسد نگاه مطلق به هر یک از این دو مورد در رابطه با صنایع دستی مناسب نباشد. این صنعت از یک سو به حمایت و پشتیبانی دولتی نیاز دارد و از سوی دیگر، محتاج سپردن امور به فعالان و صاحبان کسب و کار در این حوزه است. رویکرد متعادل، همراهی تدریجی دولت و حمایت آنها از تولیدکنندگان به همراه تسلط دیدگاه بازار است. به طوری که به آرامی و در طی زمان، صنایع دستی به جایگاه مطلوب خود دست یابد و قادر شود بخشی از رشد اقتصادی را بر عهده گیرد. در این میان، وجود تشکلهای، اصناف و اتحادیه‌های فعال با ضمانت اجرایی و قانونی قوی به شدت احساس می‌شود. تشکلهایی که از حالت منفعل خارج شوند و به صورت فعال در صحنه باشند. بدین ترتیب، زمینه فعالیت کارآفرین‌ها گسترده‌تر می‌شود و آزادی عمل بیشتری می‌یابند تا در عرصه بازار به فعالیت برخیزند. هم‌چنین، رابطه مبتنی بر همکاری و هماهنگی میان نهادهای مختلف از قبیل گمرک و سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی؛ و تعامل دوجانبه بخش هنر و صنعت در قالب فعالیت‌های صنایع دستی، از عوامل زیربنایی مهم در توسعه کارآفرین در این حوزه است. به طوری که از یک سو، با فعالیت سازنده گمرک، شرایط فعالیت در کشور بهبود می‌یابد و از سوی دیگر، فارغ‌التحصیلان صنایع دستی به شیوه‌ای مناسب وارد دنیای صنعت می‌شوند.

مبحث مهم بعدی، گروه فرهنگی- اجتماعی است که از دو دیدگاه قابل بررسی است. بنابر دیدگاه اول، چالش‌های مطرح در زمینه اطلاع‌رسانی و آموزش، و موارد مرتبط با هنر-مهارت مورد توجه قرار می‌گیرد. آنچه از دید صاحب‌نظران این حوزه ذکر شده است، عدم وجود نگاه سیستمی در ارایه آموزش و اطلاعات لازم، هم به نوآموزان و هنرمندان و هم به فعالان صادراتی، است. در واقع، نیاز به وجود چنین نگاهی در حوزه صنایع دستی وجود دارد تا بدین‌طریق بتوان نه تنها اصالت صنایع دستی ایران را حفظ کرد، بلکه به آموزش‌ها و شیوه‌های جدید و متناسب با بازار جهان مجهز شد. در دیدگاه دوم، جنبه خارجی این گروه و مصداق‌ظاهری آن مورد بحث قرار می‌گیرد. ارتباط نزدیک و متقابل میان صنایع دستی و گردشگری بر کسی پوشیده نیست. به طوری که می‌توان گردشگران، چه داخلی و چه خارجی، را به مثابه خریداران بالقوه در نظر گرفت. خریدارانی که به راحتی، با استفاده از رویکردهای نوین کسب مشتری، جذب می‌شوند و خود با تبلیغات شفاهی، زمینه خرید بیشتر محصولات صنایع دستی ایران را فراهم می‌سازند. مؤلفه دیگر رویکرد بیرونی، به نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها اشاره دارد که مکانی مناسب

جهت فروش مستقیم و بدون واسطه صنایع دستی به مشتریان را فراهم می‌سازند. هر چند چالش‌های موجود در این بخش، باعث شده است تا همه فعالان از شناسی برابر جهت حضور در این نمایشگاه‌ها برخوردار نباشند.

در نهایت، یکی دیگر از مهم‌ترین گروه عوامل مورد بررسی، صنعت است که شامل مباحث مواد اولیه، تولید، آمیخته بازاریابی، فعالیت‌های اداری و محیط زیست است. در اداره موفق هر کسب و کار، توجه به این عوامل راهگشای مسیر است. این امر در صنایع دستی نیز برقرار است. با وجود برخی مزیت‌های نسبی در تهیه مواد اولیه و یا وجود منابع انسانی کارآمد (استادکارهای متبحر)، هنوز هم برخی مشکلات در تهیه مواد اولیه با قیمت و کیفیت مناسب احساس می‌شود. همچنین، عدم توجه فعالان حوزه به تجهیزات و کارگاه‌های پیشرفته و اصرار به انجام امور با همان تکنیک‌های قبلی باعث شده است که موعد تولید با تقاضا سازگاری نداشته باشد. البته، در برخی موارد، تولیدکنندگان نسبت به استفاده از سیستم‌های جدید تولید دیدگاه مثبتی دارند، ولی سرمایه لازم را در اختیار ندارند، و لاجرم به روش‌های ناکارای قبلی خود در تولید ادامه می‌دهند. در این مسیر، توجه به مسئولیت اجتماعی فعالان و هنرمندان صنایع دستی از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع، تولید محصولات دوستدار محیط و تلاش در جهت حفظ محیط زیست، یکی از دغدغه‌های اساسی در همه حوزه‌های صنعت از جمله صنایع دستی است. به علاوه، لحاظ عناصر آمیخته بازاریابی، به عنوان اهرم کارآمد هر کسب و کار، بیش از پیش احساس می‌شود. متأسفانه، تولیدکنندگان کالاهای این حوزه، نگاه منسجمی به عناصر محصول، قیمت، توزیع و ترفیع فروش تولیدات خود ندارند و در بهترین شرایط، تنها به محصول خود و کیفیت آن توجه می‌کنند. در حالی که برنامه‌ریز یک کسب و کار باید مجموع این عوامل را تحت پوشش قرار دهد. در نهایت، وجود برخی بوروکراسی شدید در فعالیت‌های اداری، بسیاری از تولیدکنندگان این حوزه را با چالش روبرو ساخته است. در واقع، فعالان صنایع دستی از همان آغاز فعالیت حرفه‌ای خود، با رویه‌های پیچیده و چرخه‌های اداری مواجه می‌شوند. این امر باعث می‌شود تا آنها زمان و انرژی خود را بیشتر بر روی موارد بی‌اهمیت و نامربوط هزینه کنند.



فصل نتیجه گیری

## مقدمه

تجارت موتور رشد اقتصاد و نقطه عزیمت به سوی رشد و توسعه است. در کشورهای اسلامی و ایران نیز، تجارت به عنوان راه حلی برای توسعه اقتصادی در قالب راهبردهای مختلف توسعه مطرح شده است. به علاوه، پیشرفت‌های تجاری و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی در کشورهای اسلامی و ایران در گروی توسعه و گسترش سرمایه انسانی است. به عبارت دیگر، این کشورها، زمانی می‌توانند از منافع ناشی از تجارت بین‌الملل بهره‌مند شوند که از نظر موجودی سرمایه انسانی و سطح دانش و تخصص نیروی انسانی در سطح بالایی قرار گیرند.

در همین راستا توسعه کسب و کار و کارآفرینی، فرآیندی پیچیده، بلندمدت و فراگیر است که البته نقش بسزایی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها دارد، به طوری که امروزه کارآفرینی به راهبردی‌ترین و مهم‌ترین ابزار توسعه اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است. در واقع رشد و توسعه اقتصادی کشورها، مرهون کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه آنان است. از این رو، لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها، توسعه کارآفرینی است.

برای مثال، مطالعات و بررسی‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM<sup>۱</sup>) نشان می‌دهد که بین نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و تولید ناخالص داخلی (GDP) در برخی کشورها مانند ایالات متحده به میزان ۵۷ درصد همبستگی وجود دارد (GEM, ۲۰۰۶). از این رو افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه همراه با افزایش تولید ناخالص ملی و در نتیجه افزایش درآمد ملی، رفاه و آسایش جامعه است. بدین ترتیب، گرایش به کارآفرینی در سراسر دنیا افزایش یافته است.

به عنوان نمونه‌ای دیگر، در کشور هند برای توسعه کارآفرینی، سازمان ملی کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای کوچک ایجاد شده است. همچنین، در کشور مالزی وزارتخانه‌ای با عنوان وزارت توسعه کارآفرینی، علاوه بر کمک‌های مالی و حقوقی، به ایجاد و گسترش زمینه‌های قانونی کسب و کار می‌پردازد. توسعه کارآفرینی در ایران نیز به عنوان اجرایی‌ترین و عملی‌ترین استراتژی برون‌رفت از بن‌بست‌ها، مشکلات اقتصادی و اجتماعی نیازمند شناسایی و رفع موانع آن است.

هدف طرح حاضر، بررسی و شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار در حوزه هنرهای صناعی (صنایع دستی) است. به نظر می‌رسد با توجه به نقش هفتاد درصدی زنان فعال در این حوزه، بخش عظیمی از جامعه هدف را زنان تشکیل دهند. در این میان، تلاش شده است تا اهداف جانبی شناسایی چالش‌های اساسی در مسیر توسعه کسب و کار در حوزه‌های اصلی هنرهای صناعی و آنگاه عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار در حوزه‌های اصلی هنرهای صناعی حاصل شود. به طور کلی، هدف جانبی این طرح، تقویت فرهنگ خوداشتغالی و کارآفرینی در هنرهای صناعی است. به گونه‌ای که این هنر-صنعت، به عنوان بخش عمده کسب و کارهای خوداشتغال مورد توجه قرار گیرد.

۱. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به سایت گزارشی [www.Gemconsortium.org](http://www.Gemconsortium.org) رجوع شود.

بدین منظور، مطابق فصل‌های گذشته، حوزه‌های اصلی هنرهای صناعی جهت بررسی چالش‌ها و موانع کسب و کار تعیین شده است. لازم به ذکر است، بخشی از چالش‌های انتخاب حوزه‌های اصلی و شاخص هنرهای صناعی، به اختلاف نظرها در تعاریف فرم و محتوای محصولات هنرهای سنتی اشاره دارد که با توجه به شرایط زندگی و نیازهای امروز، و نیز زیبایی‌شناسی ویژه جامعه امروز، باید اساساً تغییراتی در تفکر طراحی خلق و تولید اشیا و آثار هنری صورت پذیرد و این اشیا در دو جهت کارکردی مشخص و جدا از هم حرکت کنند؛ یعنی هنر کاربردی و هنر تزیینی.

تعیین دقیق مرز و حدود این دو مسیر موجبات برنامه‌ریزی درست، ظریف و دقیق را فراهم می‌کند. بر این اساس، بررسی‌های کتابخانه‌ای و میدانی موانع اصلی، که همان چالش‌ها و مشکلات توسعه این صنعت به شمار می‌روند، مطابق جمع‌آوری آرای نظرات جامعه هدف در فصل دوم معرفی شده است.

بنابر مطالب مطرح شده در فصل دوم، توجه بیشتر صاحب‌نظران در کلیه گزارش‌ها به مولفه فرهنگ و زیرساخت‌های فرهنگی بوده است. سپس، اطلاع‌رسانی و آموزش با حمایت و پشتیبانی دولتی بیشتر مورد تأکید صاحب‌نظران قرار گرفته است. در واقع، همان‌طور که در جمع‌بندی آرای نظرات جامعه هدف در ارایه موانع توسعه کسب و کار ملاحظه می‌شود، زمانی می‌توان شرایط اقتصادی را برای توسعه کسب و کار این حوزه فراهم ساخت که قوانین و مقررات نظارتی این حوزه بازبینی و بازنگاری شوند و با گسترش اطلاع‌رسانی ملی و بین‌المللی از طریق آموزش‌های دانش‌بنیان در این حوزه از هنر، بسترهای فرهنگی حوزه صنایع دستی تقویت شود.

در ادامه طرح، بنابر اطلاعات ارایه شده در فصل سوم، استان‌های صادراتی حوزه صنایع دستی و میزان اهمیت صادراتی گروه‌های مختلف در دوره زمانی ۸۹-۹۳ شناسایی شده است. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های آماری برگرفته از گمرک ایران و اتاق بازرگانی تهران، مهم‌ترین منطقه صادراتی ایران به ترتیب استان‌های همدان، اصفهان، تهران، یزد و خوزستان هستند. به علاوه، شناسایی شاخص‌ترین گروه‌های صنایع دستی از لحاظ ارزش دلاری صادرات از مراکز توجه فصل سوم بوده است. به طوری که بر اساس داده‌های تحلیل شده، آگینه، بیشترین میزان صادراتی را در میان گروه‌های مختلف به خود اختصاص داده است. آنگاه، به ترتیب محصولات سفالی، جوبی و فلزی، و در نهایت، دست‌بافت‌های سنتی در رتبه‌های دوم تا آخر بر حسب میزان ارز دریافتی از محل صادرات قرار می‌گیرند.

در همین راستا در فصل چهارم تلاش شده است بازارهای مهم صادراتی با تعیین میزان اهمیت صادراتی گروه‌های مختلف صنایع دستی در ۵ سال اخیر در هر یک از این بازارها و در کل مشخص شود. بنابر تجزیه و تحلیل داده‌های آماری مربوط به مبادلات بازرگانی خارجی ایران در حوزه صنایع دستی، در بخش کشورهای آسیا و اقیانوسیه، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی، کشورهای عراق و امارات هستند. در مقابل، کشورهای ترکیه، عراق و چین، بیشترین واردات صنایع دستی را به ایران داشته‌اند. در منطقه اروپا، کشورهای آلمان و انگلستان، از اهمیت صادراتی برخوردار هستند، این در حالی است که کشورهای ایتالیا، آلمان و فرانسه، واردات بیشتری را در این حوزه به کشور ایران داشته‌اند. در بررسی کشورهای امریکایی، کانادا مهم‌ترین بازار



صادراتی به حساب می‌آید و کشور کنیا در منطقه آفریقا، از اهمیت صادراتی بیشتری برخوردار است. همچنین، در تعیین ترتیب اولویت گروه‌های صنایع دستی بر حسب میزان ارزش دلاری صادرات، به ترتیب، آثار آبگینه، سفالی، چوبی، فلزی و دست-بافت‌های سنتی، بیشترین تا کمترین دریافتی ارزی را شامل می‌شوند.

در ادامه در فصل پنجم، عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار حوزه‌های شاخص و اصلی صنایع دستی، مطرح شده است. در واقع، بر اساس بیشترین میزان شباهت مؤلفه‌های مشخص شده (کدگذاری چالش‌های همگرا)، عناوین کلان برای هر گروه عوامل انتخاب شده است. چنان‌که در انتخاب عنوان کلان هر گروه تلاش شده است تا تمرکز بر محور اصلی طرح، توسعه کسب و کار، حفظ شود و عوامل توسعه از سه بعد انگیزشی، قانونی و محیط کسب و کار مورد بررسی قرار گیرند. این گروه‌ها شامل گروه حقوقی-قانونی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و صنعت هستند که در فصل پنجم به تفصیل مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند.

در ادامه، در یک جمع‌بندی نهایی از سرفصل‌های مهم بحث شده در طرح حاضر، یافته‌های علمی حاصل از هر یک از فصول در قالب نمودار و به صورت مفید و مختصر ارائه می‌شود.

#### ۱-۶ رشته‌های شاخص و اصلی هنرهای صناعی

با توجه به تعاریف هنرهای مرتبط با هنرهای صناعی در فصل اول، هنرهای صناعی زیرمجموعه صنایع دستی از هنرهای سنتی است، به طوری‌که بر اساس رویکردهای ظاهری، هدف و کاربرد (شامل روش‌های تولید، مواد اولیه و ابزار)، طبقه‌بندی و گروه‌بندی‌های مختلفی برای این هنر ارایه شده است که در فصل اول به برخی از آنها اشاره شده است. همان‌طور که در این بخش ملاحظه می‌شود، هر یک از تقسیمات موجود، بر اساس معیار خاصی صورت پذیرفته است که در ادامه به طور اجمالی، بعضی از این موارد مطرح می‌شود.

در یک جمع‌بندی، صنایع دستی را می‌توان بنابر مواد اولیه به کار رفته یا بر اساس روش ساخت گروه‌بندی کرد. به طور کلی، تقسیم‌بندی ارایه شده از بعد مواد اولیه، به مواد به کار رفته در فرآیند تولید اشاره می‌کند. در حالی‌که در تفکیک رشته‌های صنایع دستی بر اساس تکنیک ساخت، محصولاتی که با استفاده از روشی مشترک خلق می‌شوند، در یک گروه با ویژگی‌های خاص آن روش، قرار می‌گیرند.

همان‌طور که در گروه‌بندی‌های مطرح شده ملاحظه می‌شود، تمرکز اساسی تا کنون بر مبنای دیدگاهی واحد بوده است. این در حالی است که موضوع طرح ایجاب می‌کند تا سایر معیارها نیز مد نظر قرار گیرند و بدین ترتیب، گروه‌های شاخص صنایع دستی متناسب با موضوع طرح (شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی) مشخص شوند.

همان‌طور که در نگاره ۱-۶ ذکر شده است، در طرح حاضر، با مشاوره صاحب‌نظران حوزه صنایع دستی، ملاک‌های تنوع مواد و مصالح بوم‌آورد، میزان قدمت و پیشینه رشته، ظرفیت بالفعل کسب و کار و گستردگی جغرافیایی جهت گروه‌بندی

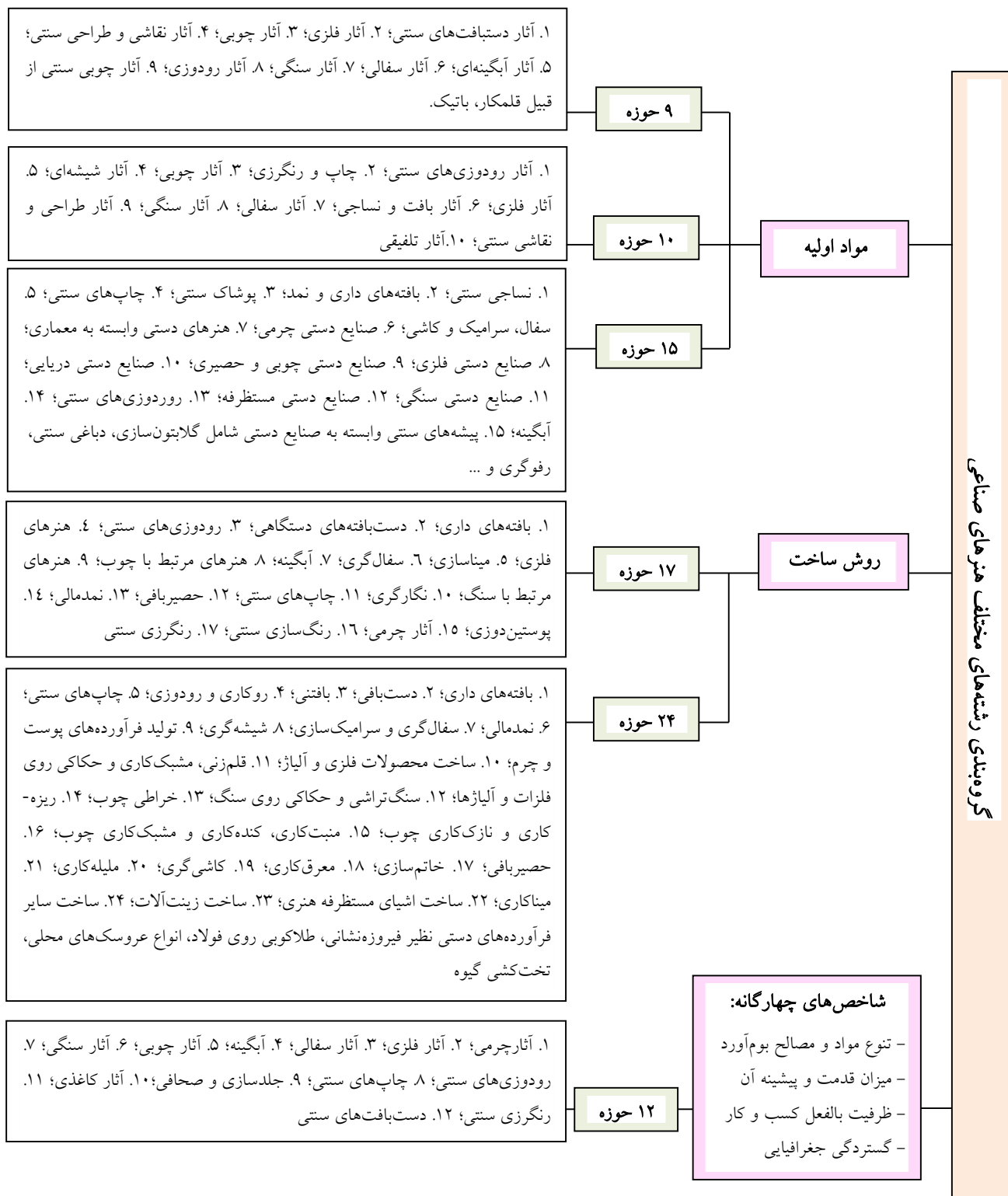
رشته‌های شاخص و اصلی هنرهای صناعی مورد توجه قرار می‌گیرند. بدین‌نحو، به منظور کسب هدف طرح، مجموعه‌ای از عوامل تولیدی، تاریخی و بازرگانی در انتخاب گروه‌ها نقش ایفا می‌کنند. نگاره ۶-۱، گروه‌بندی‌های موجود در این حوزه و نیز مبنای انتخاب گروه‌های شاخص در این طرح را در قالب نمودار نشان می‌دهد.

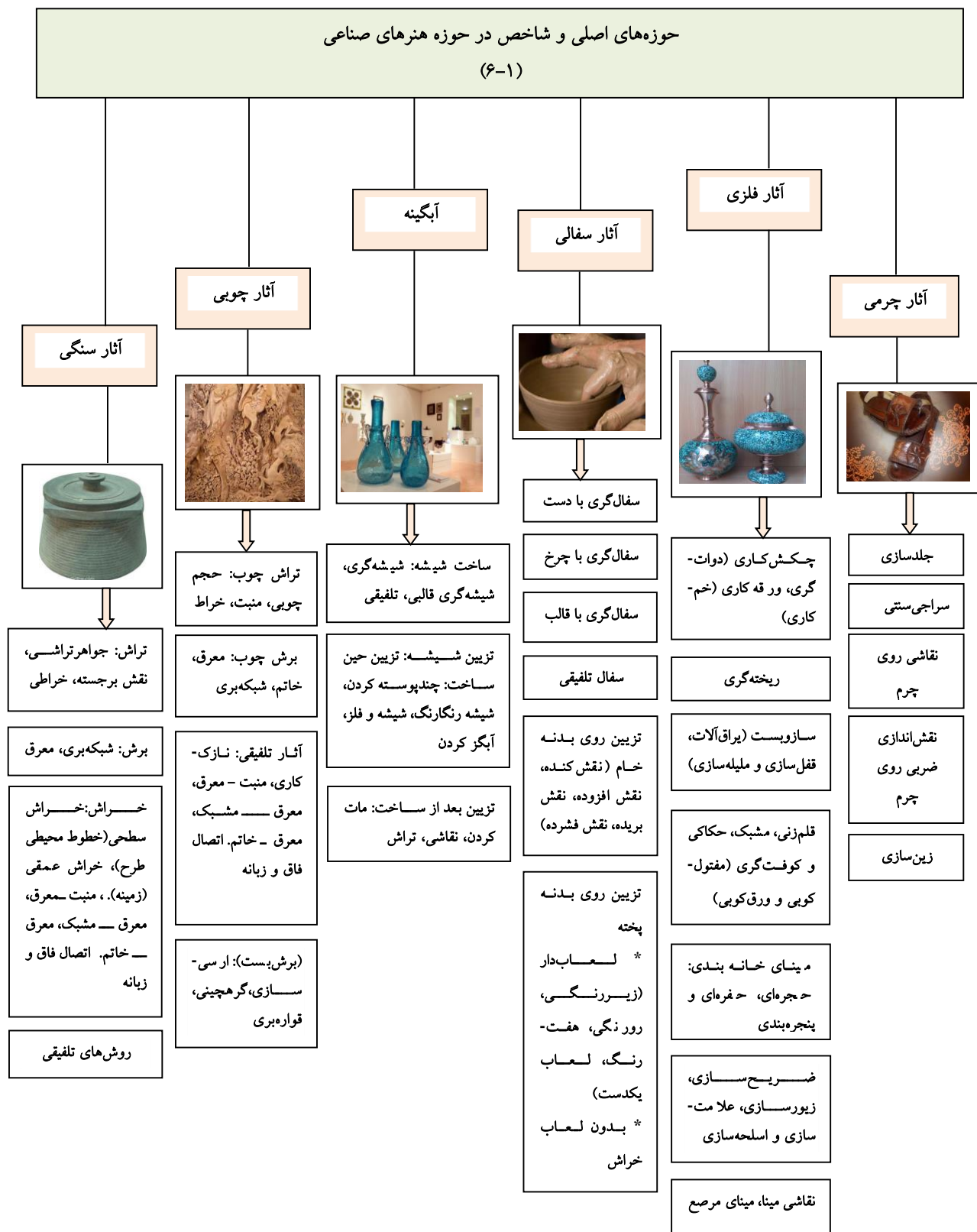
لازم به ذکر است، در گروه‌بندی طرح، ترکیبی از رویکرد مواد اولیه و روش ساخت نیز مورد استفاده قرار گرفته است. به طور مثال، در گروه‌های آثار فلزی، سفالی و آبگینه، به ساخت، تزئین و تلفیقی از این دو اشاره شده است. همین‌طور در رشته آثار چوبی و سنگی، انواع روش‌های تراش و برش مورد توجه قرار گرفته است.

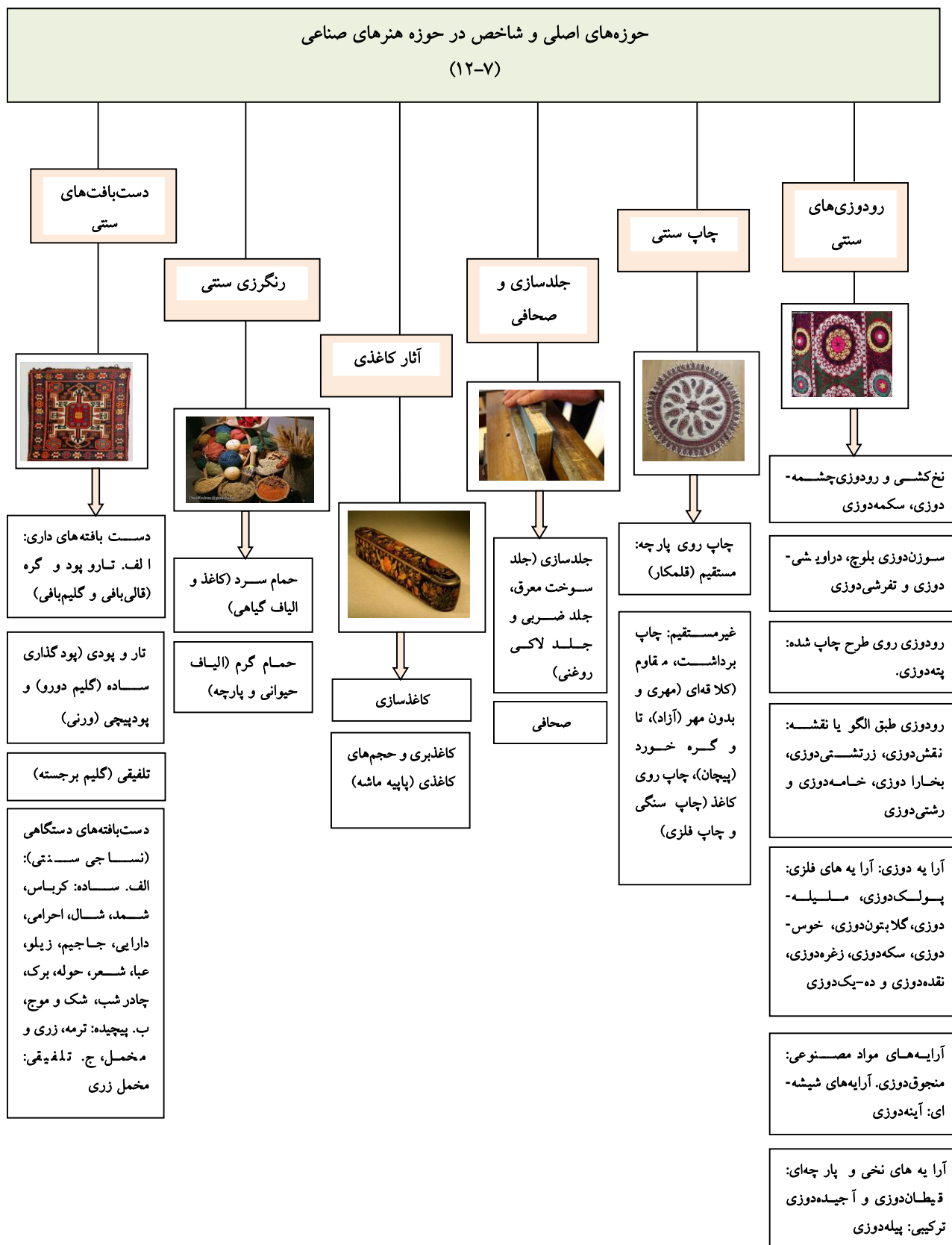
به علاوه، در گروه رودوزی‌های سنتی، بر تکنیک‌های متفاوت نخ‌کشی و رودوزی از قبیل رودوزی طبق بافت پارچه، روی طرح چاپ شده، طبق الگو نقشه، آرایه‌دوزی شامل آرایه‌های فلزی، مواد مصنوعی، و آرایه‌های نخ و پارچه‌ای تمرکز شده است. در شاخه چاپ‌های سنتی نیز به چاپ‌های روی پارچه اعم از مستقیم و غیرمستقیم و چاپ روی کاغذ توجه شده است. در سایر گروه‌ها نیز به نوعی روش ساخت محصولات صنایع دستی مطرح است. به طور نمونه، در گروه دست‌بافت‌های سنتی، به انواع تکنیک‌های داری، تار و پودی، تلفیقی، دستگاهی اعم از ساده و پیچیده اشاره شده است. در نگاره ۶-۱ به طور کلی به عناوین گروه‌های مورد بحث اشاره شده است. جزئیات هر یک از این گروه‌ها به تفکیک در فصل یک مورد بحث قرار گرفته است.

در ادامه، بخش‌های مختلف حوزه‌های اصلی و شاخص صنایع دستی مطابق با نگاره‌های ۶-۲ و ۶-۳ ارائه می‌شود (هنرهای رایج در حال حاضر). لازم به ذکر است، با توجه به گستردگی نمودار (۱۲ گروه انتخابی با جزئیات هر گروه)، در نگاره ۶-۲، گروه‌های اول تا ششم شامل آثار سنگی، چوبی، آبگینه، سفالی، فلزی و چرمی؛ و در نگاره ۶-۳، گروه‌های هفتم تا دوازدهم در برگیرنده رودوزی‌های سنتی، چاپ سنتی، جلدسازی و صحافی، آثار کاغذی، رنگرزی سنتی و دست‌بافت‌های سنتی مشخص شده است.

همان‌طور که در این طرح ملاحظه شده است، صنایع دستی طیف وسیعی از هنرهای بومی و دستی را تشکیل می‌دهد؛ چنانکه با تمرکز بر صرفاً یک گروه از این هنر-صنعت، می‌توان زیرمجموعه‌های مختلفی را یافت که هر یک از روش و فنون خاص خود پیروی می‌کند. هر چند متأسفانه در سال‌های گذشته، برخی از این هنرها رو به فراموشی و زوال بوده است. در این طرح، با توجه به معیارهای مذکور، برخی از گروه‌های متداول‌تر با نگاه بازرگانی انتخاب شده‌اند.



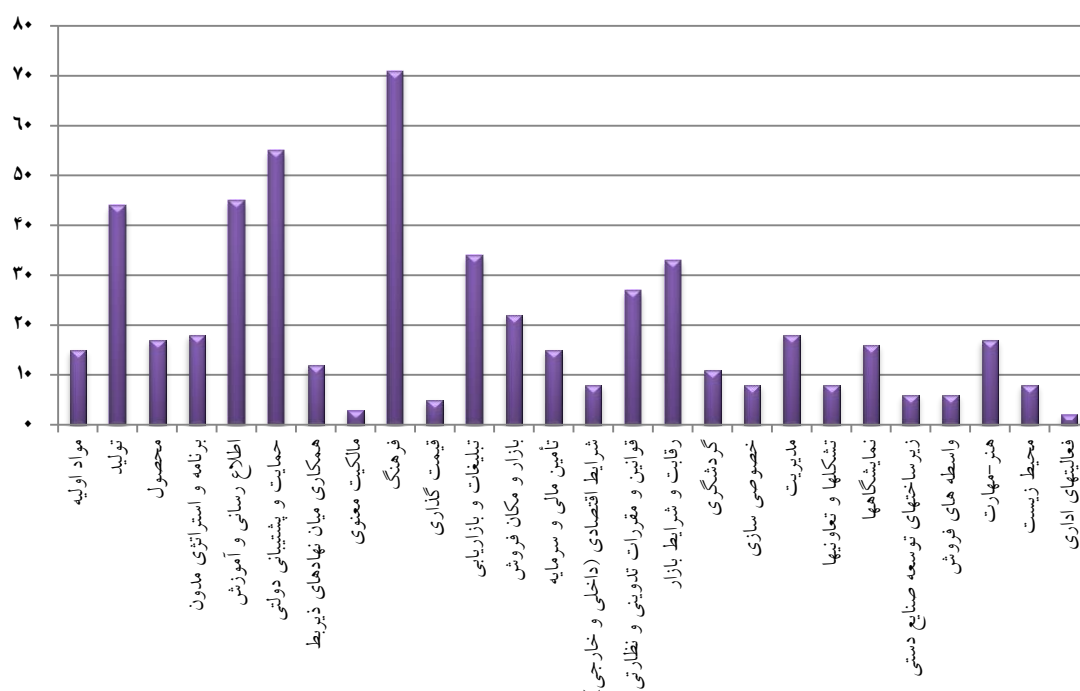




بنابر نظر سازمان صنایع دستی (۱۳۶۲)، صنایع دستی به مجموعه‌ای از هنر - صنعت‌ها اطلاق می‌شود که به طور عمده با استفاده از مواد اولیه بومی و انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید به کمک دست و ابزار دستی، موجب ساخت محصولاتی می‌شود که در هر واحد آن ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر سازنده به نحوی تجلی می‌یابد و همین عامل وجه تمایز اصلی این‌گونه محصولات از مصنوعات مشابه ماشینی و کارخانه‌ای و یا سایر صنایع دستی فاقد جنبه‌های هنری است. بنابراین، در هنرهای صناعی که زیرمجموعه آن محسوب می‌شود، توجه به جنبه‌های هنری و دستی آن قالب‌تر است. البته در طرح حاضر، تلاش شده است، با حفظ تمرکز بر جنبه‌های هنری و زیباشناسی، که یکی از مؤلفه‌های اساسی در جلب و حفظ مشتری است، به عوامل مهم و اساسی در بهبود کسب و کار این حوزه، به عنوان موضوع اصلی بحث، توجه شود و از این رهگذر، زمینه‌های ارتقای صنایع دستی فراهم شود.

## ۶-۲ چالش‌های مطرح در وضعیت موجود صنایع دستی ایران

همان‌گونه که در فصل دوم به تفصیل آمده است، در راستای بررسی چالش‌های مطرح در وضعیت موجود صنایع دستی ایران، پس از گردآوری نظرات نمونه مورد بررسی، تحلیل محتوای کیفی از موارد مطرح شده با تعریف کدگذاری‌های مناسب صورت پذیرفته است و آنگاه، بر اساس رویکرد تحلیل محتوای کمی، اولویت موانع توسعه بر حسب فراوانی تکرار مؤلفه‌ها تعیین شده است، و در آخر، مجموعه‌ای از عوامل بر حسب اهمیت مشخص شده‌اند. با نگاهی اجمالی به یافته‌های موجود در فصل دوم، مطابق نگاره ۶-۴ فراوانی تکرار چالش‌ها به صورت نموداری ارایه شده است که نشان‌دهنده درجه اهمیت هریک از مؤلفه‌ها از دید صاحب‌نظران صنایع دستی است.



نگاره ۶-۴ چالش‌های صنایع دستی بر حسب فراوانی تکرار

به نظر می‌رسد ظاهر این هارمونی ناموزون، منتج از اولویت‌بندی اهم چالش‌های کنونی در این حوزه، همانند نمای شهری بهم ریخته از وضعیت موجود باشد، که آن هم، همچون دیگر حوزه‌ها، از گزند ناهمگونی سنت و مدرنیته عصر معاصر مصون نمانده است. به طوری که چالش‌های فرهنگی در آن قد علم کرده است؛ و هر چه این گروه چالش‌ها بیشتر ارتفاع یافته‌اند، مشکلات دیگری همچون عوامل اجتماعی به خصوص در حوزه‌های مدیریتی ظاهر شده‌اند.

در واقع از نظر صاحب‌نظران جامعه هدف، مهم‌ترین چالش صنایع دستی و هنرهای صناعی، عدم ترویج فرهنگ ارزش‌بخشی به صنایع دستی است. تا زمانی که ارزش هنرمندان بزرگ نادیده گرفته می‌شود و تنها به تعداد انگشت‌شماری از آنان، آن هم با نشان‌های افتخار نمایشی توجه می‌شود؛ بدون آنکه از دانش و هنر این هنرمندان بزرگ در ترویج فرهنگ، هنر و تربیت هنرمندان بزرگ دیگر استفاده شود، امیدی به رهگشایی نخواهد ماند. هنرمندانی که به نوعی تاریخ زنده هنرهای سنتی را در دل و دست خود نهفته دارند. چرا که با اهمیت‌بخشی به این گروه می‌توان بسترهایی را برای پذیرفتن هنرمندان جوان در جامعه فراهم ساخت. این امر زمانی میسر می‌شود که نسبت به شیوه زیست، و فرهنگ زیست‌مندان در بستر سنت و مدرنیته تفکر و تعمق بیشتری به عمل آید.

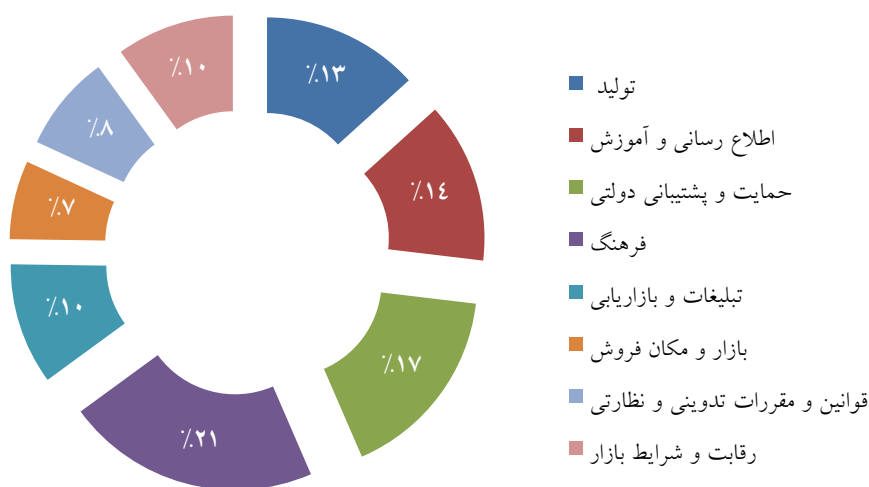
وقتی فرهنگ صنایع دستی بتواند در بدنه دولت و زندگی شخصی مردم از روش‌های مختلف به خصوص از طریق رسانه‌های ملی نفوذ کند و در سبد تقاضای مردم قرار گیرد، نشان‌دهنده باور اعتقادی مسئولان مربوط به ارزش‌های این حوزه است. در واقع، این وظیفه‌ای ملی و مدیریتی بر دوش مسئولین است، تا به دور از تعصب‌های بی‌مورد و قضاوت‌های سلیقه‌ای، مسیر بهبود فضای کسب و کار در صنایع دستی را هموار سازند.

شکی نیست این باور، زمانی در فرهنگ یک جامعه پایدار و درونی می‌شود که نتیجه حاصل از این ارزش‌گذاری‌ها به ثمر رسد، و اثرات هنرمندان و نیز تمامی عوامل، از تولید به فروش، از رونق چشمگیری برخوردار باشند؛ حتی فراتر از آن، مشتریان نیز رضایت قابل توجهی از محصولات صنایع دستی داشته باشند. در اینجا است که نقش مؤثر زمینه‌های اقتصادی این حوزه پررنگ‌تر می‌شود. این نقش از زنجیره تولیدکننده و یا هنرمند خالق اثر شروع و به مشتری ختم می‌شود و در این میان هر توفقی چرخه را به طور فزاینده‌ای معیوب می‌کند و بازار را به چالش می‌کشد.

در واقع، مهم‌ترین چالش از تولیدکننده شروع می‌شود. هر چه جامعه تولیدکنندگان تک‌بعدی و غیرمحرک و فقط منبع‌مدار باشند و تنها به توسعه انبارهای خود بیاورند، و به نیازها و سلیقه مشتریان توجهی نداشته باشند، بعید است بتوانند بازدهی اقتصادی مناسبی در زمان خود داشته باشند. چنان‌که برخی از تولیدکنندگان هوشیار این حوزه حتی با وجود شناخت جامع بازار، اعم از رقابت‌های پیچیده آن، نحوه قیمت‌گذاری‌ها، نظام هزینه‌ها و چگونگی تأمین مالی و سرمایه، قادر به پیش‌بینی چشم‌انداز ایمن‌تری نبوده‌اند. بدون شک دستیابی به توسعه پایدار عزمی بنیانی‌تر را می‌طلبد.

نگاره ۵-۶، چالش‌های اصلی در حوزه صنایع دستی را با توجه به تعداد بیشتر فراوانی‌های تکرار نشان می‌دهد. همان‌طور که در نگاره ۵-۶ ملاحظه می‌شود، مواردی که به طور مستقیم در ارتباط با فعالیت‌های تولیدکنندگان و هنرمندان حوزه صنایع

دستی بوده‌اند، بیشتر در مرکز توجه قرار داشته‌اند. به طور کلی، نمی‌توان تمام بار مسئولیت را بر دوش مدیران این حوزه قرار داد. چنانکه در نگاین نگاره مشاهده می‌شود، پس از مباحث مربوط به فرهنگ و حمایت دولتی، صاحب‌نظران به آموزش‌ها و اطلاع‌رسانی‌های لازم بر اساس نیاز روز جامعه اشاره کرده‌اند. آموزشی که می‌تواند وضعیت فعالیت‌های یک کسب و کار را ارتقا بخشد. این وظیفه نه تنها از طریق آموزش‌های آکادمیک تأمین می‌شود، بلکه کارگاه‌های آموزشی و تدریس‌های انجام شده از سوی هنرمندان را نیز در بر می‌گیرد.



نگاره ۶-۵ چالش‌های اصلی در حوزه صنایع دستی

علاوه بر آن، مواردی از قبیل تولید، تبلیغات و امور بازاریابی در جهت شناسایی سطح رقابت و عمل مناسب در بازار، در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار گرفته‌اند. در واقع، نگاه هنرمندان و فعالان حوزه صنایع دستی، نه تنها باید بر جنبه‌های احیای اصالت‌های صنایع دستی و بعد هنری آن باشد، بلکه باید شناختی نسبت به عرضه و تقاضای کالاهای خود داشته باشند تا هم در عرصه داخلی و هم بین‌الملل، ارایه‌دهنده فرهنگ و هنر ایرانی باشند. آنچه که در این میان می‌تواند جنبه حمایت‌گر داشته باشد، قوانین و مقررات تدوینی و نظارتی است.

به عبارت دیگر، وضع قوانین مناسب، چه در بعد اجرایی و چه نظارتی، پشتیبان اصلی هنرمندان و تولیدکنندگان حوزه صنایع دستی است تا از نظم موجود در جهت ارتقای فعالیت‌های کسب و کار خود بهره‌مند شوند، نظمی که از آنها در مقابل تلاطم‌های شدید فضای رقابتی، به خصوص در مواجهه با هجوم بی‌رویه محصولات ارزان و بی‌کیفیت خارجی، محافظت می‌کند و این اطمینان را به آنها می‌دهد تا در صورت رعایت استانداردها و قوانین کار، و تنظیم برنامه آمیخته بازاریابی مناسب، شرایط رو به رشدی داشته باشند.

اینجاست که فعالان این حوزه قادر می‌شوند به شایستگی، محصولات خود را در بازارهای داخلی و بین‌المللی ارایه دهند. به علاوه، وظیفه بخش‌های دولتی و خصوصی قوی در ایجاد بازارچه‌های اختصاصی دائمی و موقت، و برگزاری نمایشگاه‌های



منظم همچنان مورد توجه است. با برنامه‌ریزی‌های مناسب در این حوزه می‌توان نقش واسطه‌ها را کم‌رنگ کرد و فرصتی را به وجود آورد تا هنرمندان و تولیدکنندگان بتوانند به طور مستقیم پذیرای تقاضای مشتریان باشند.

بنابراین، تولید محصولاتی با کیفیت و قیمت مناسب، هماهنگ با نیازهای و خواسته‌های روز جامعه داخلی و بین‌المللی، و در عین حال حفظ اصالت‌های طرح و نقش ایرانی، تنها زمانی امکان‌پذیر است که بخش دولتی و خصوصی با همراهی هنرمندان و تولیدکنندگان صنایع دستی، به بهبود این حوزه بیندیشند و همگی جهت همکاری وارد صحنه عمل شوند، بدون اینکه هر یک دیگری را مسئول اشتباهات موجود کند.

در واقع، بنابر چالش‌های مطرح شده از سوی صاحب‌نظران حوزه صنایع دستی، تمامی مشکلات در درجه اول به دلیل عدم همکاری و هماهنگی دو بخش دولتی و خصوصی به وجود آمده است. البته در جریان بهبود وضعیت صنایع دستی باید مسئولیت اجتماعی حفظ محیط زیست نادیده گرفته نشود. هر چند این مورد چندان مورد توجه جامعه هدف قرار نداشته است، ولی تولید سبز، مبحثی است که در تمام صنایع، از جمله صنایع دستی، مطرح است و در برنامه‌ها و استراتژی‌های تدوین شده از سوی بخش دولتی و خصوصی باید در اهم اهداف مورد نظر قرار گیرد.

هم‌چنین، نباید نقش ارتباطی میان صنایع مختلف را نادیده گرفت. به طور مثال، ارتقای صنعت گردشگری و هتلداری می‌تواند زمینه بهبود فضای کسب و کار صنایع دستی را فراهم کند. در واقع می‌توان جامعه گردشگران (چه داخلی و چه خارجی) را به مثابه خریداران بالقوه در نظر گرفت. این گروه از مشتریان هدف، مهم‌ترین منبع تبلیغات شفاهی به شمار می‌روند و زمینه آشنایی با فرهنگ و هنر ایرانی را چه در سطح داخلی و چه بین‌الملل فراهم می‌سازند.

متأسفانه در طول سالیان گذشته، حجم گردشگران با کاهشی قابل‌ملاحظه مواجه بوده است. به طوری‌که فعالان حوزه صنایع دستی به خصوص در شهرهای توریستی، از افت چشمگیر فروش خود به خریداران خارجی صحبت به میان می‌آورند؛ خریدارانی که از قدرت خرید بالاتری برخوردار بوده‌اند و تمایل بسیاری در خرید کالاهای صنایع دستی با طرح و نقش ایرانی داشته‌اند.

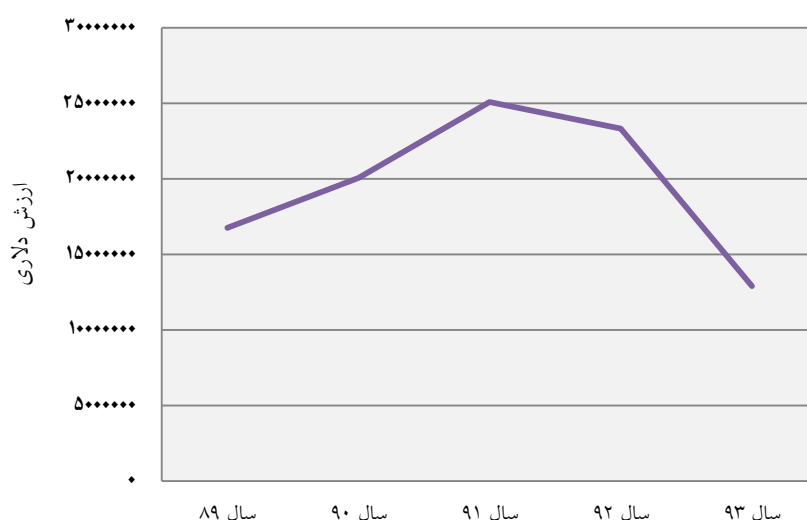
مهم‌تر آنکه، در طول این سال‌ها، بازارچه‌های اصلی این شهرها، به خصوص در اماکن و ابنیه‌های تاریخی (مورد تایید یونسکو)، مملو از محصولات صنایع دستی خارجی شده است. تمامی این موارد، نشان از وجود چالش‌هایی بزرگ در مسیر صنایع دستی کشور است که امید است در آینده نزدیک با برنامه‌ریزی منسجم و دقیق به مسیر اصلی خود بازگردد. در ادامه، مناطق صادراتی مهم صنایع دستی (به شرح فصل سوم) و بازارهای هدف صادراتی (به شرح فصل چهارم) در دوره زمانی ۵ ساله ۸۹-۹۳ به طور اجمالی مورد بحث قرار می‌گیرند.

### ۳-۶ مناطق صادراتی فعال در رشته‌های مختلف صنایع دستی ایران

به طور کلی، صادرات انجام شده از سوی استان‌های مختلف در حوزه صنایع دستی، بر اساس اقلام ثبت شده در گمرک ایران و فارغ از کالاهای صادر شده به صورت چمدانی، شامل محصولات گروه‌های فلزی، سفالی، آبگینه، سفالی و دست‌بافت‌های

سستی هستند. نگاره ۶-۶، روند صادرات در این فاصله زمانی را نشان می‌دهد. بنابر این نمودار، نقطه اوج صادرات صنایع دستی در سال ۹۱ بوده است. لازم به ذکر است تنها دوره ۵ ماهه اول سال ۹۳ در بررسی طرح استفاده شده است و امید است در ادامه سال، رشد چشمگیری در صادرات کالاهای این هنر-صنعت مشاهده شود.

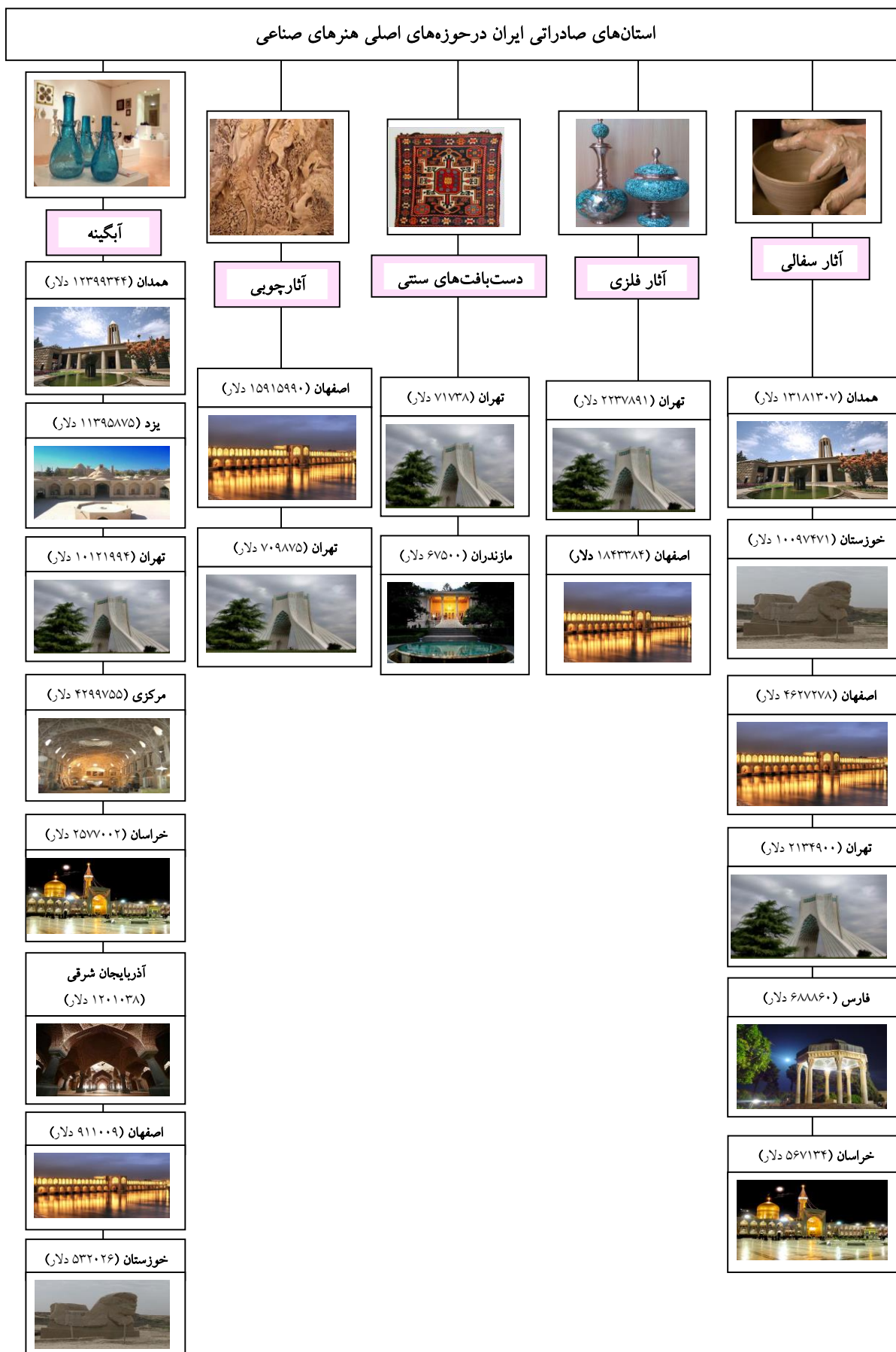
با بررسی اقلام صادراتی، بی‌برنامگی در صادرات سایر حوزه‌های اصلی مشاهده می‌شود، به طوری که لزوم تفکر منسجم و دقیق، چه از سوی دولت و چه فعالان این حوزه به شدت احساس می‌شود. در واقع، نه تنها باید به افزایش فعالیت در این گروه‌های ۵ گانه توجه داشت، بلکه جهت صادرات سایر گروه‌ها نیز می‌بایست چاره‌ای اندیشید.



نگاره ۶-۶ مجموع صادرات ۵ ساله مناطق صادراتی کشور در حوزه صنایع دستی

هم‌چنین، با وجود اهمیت بسیاری از مناطق کشور در تولید کالاهای صنایع دستی، در برخی از آنها فعالیتی ملاحظه نمی‌شود و حتی در صورت لحاظ آنها به عنوان یکی از مناطق صادراتی در رشته‌ای خاص، اقدامی درخور اعتبار و نام آنها، چه در سطح داخل و چه خارج از کشور، مشاهده نمی‌شود. این امر، حساسیت پرداختن به این مسئله مهم را افزایش می‌دهد. نکته قابل توجه در این میان، عدم فعالیت مناطقی است که از مزیت نسبی بالایی نسبت به سایر مناطق برخوردار هستند نگاره ۶-۷، استان‌های صادراتی مهم در هر یک از گروه‌های ۵ گانه صنایع دستی را نشان می‌دهد<sup>۱</sup>. شایان ذکر است در انتخاب این مناطق صادراتی، استان‌هایی مورد توجه قرار گرفته‌اند که رقم صادراتی آنها در این دوره زمانی بیشتر از ۵۰۰ هزار دلار بوده است. مورد استثنا، گروه آثار دست‌بافت‌های سنتی است که در آن، به علت رقم صادراتی بسیار پایین، دو استان برتر و فعال مطرح شده‌اند.

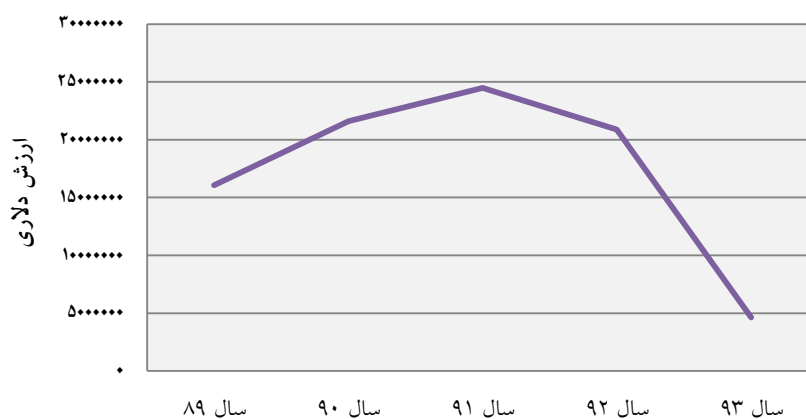
<sup>۱</sup>. لازم به ذکر است، منظور از استان خراسان در این بخش، "استان خراسان رضوی" است.



چنانکه در بخش‌های قبل مطرح شده است، گروه‌بندی مورد نظر در این طرح بر اساس شاخص‌های مطرح شده، ۱۲ مورد است. بدین ترتیب، به وضوح می‌توان جایگاه خالی آثار چرمی، سنگی، رودوزی‌های سنتی، چاپ‌های سنتی، جلدسازی و صحافی، آثار کاغذی و رنگرزی سنتی را احساس کرد. هر چند موقعیت ۵ رشته مطرح شده نیز در حد شایسته‌ای به نظر نمی‌رسد. البته، تحلیل انجام شده در این طرح بر اساس داده‌های ثبت شده در گمرک ایران است. همان‌طور که پیش از این مطرح شده است، بخش بزرگی از محصولات صنایع دستی ایران به صورت چمدانی از کشور خارج می‌شود و به فروش می‌رسد، و بنابراین، در آمار مربوط به گمرک به ثبت نمی‌رسد. با این وجود، با توجه به مزیت نسبی ایران و تاریخچه غنی آن از لحاظ صنایع دستی، موقعیت حاضر این صنعت نشان‌دهنده جایگاه واقعی آن در سطح جهانی نیست و نیازمند برنامه‌ریزی چندجانبه و عمیق است تا از وضعیت موجود به حالت مطلوب مورد نظر دست یابد.

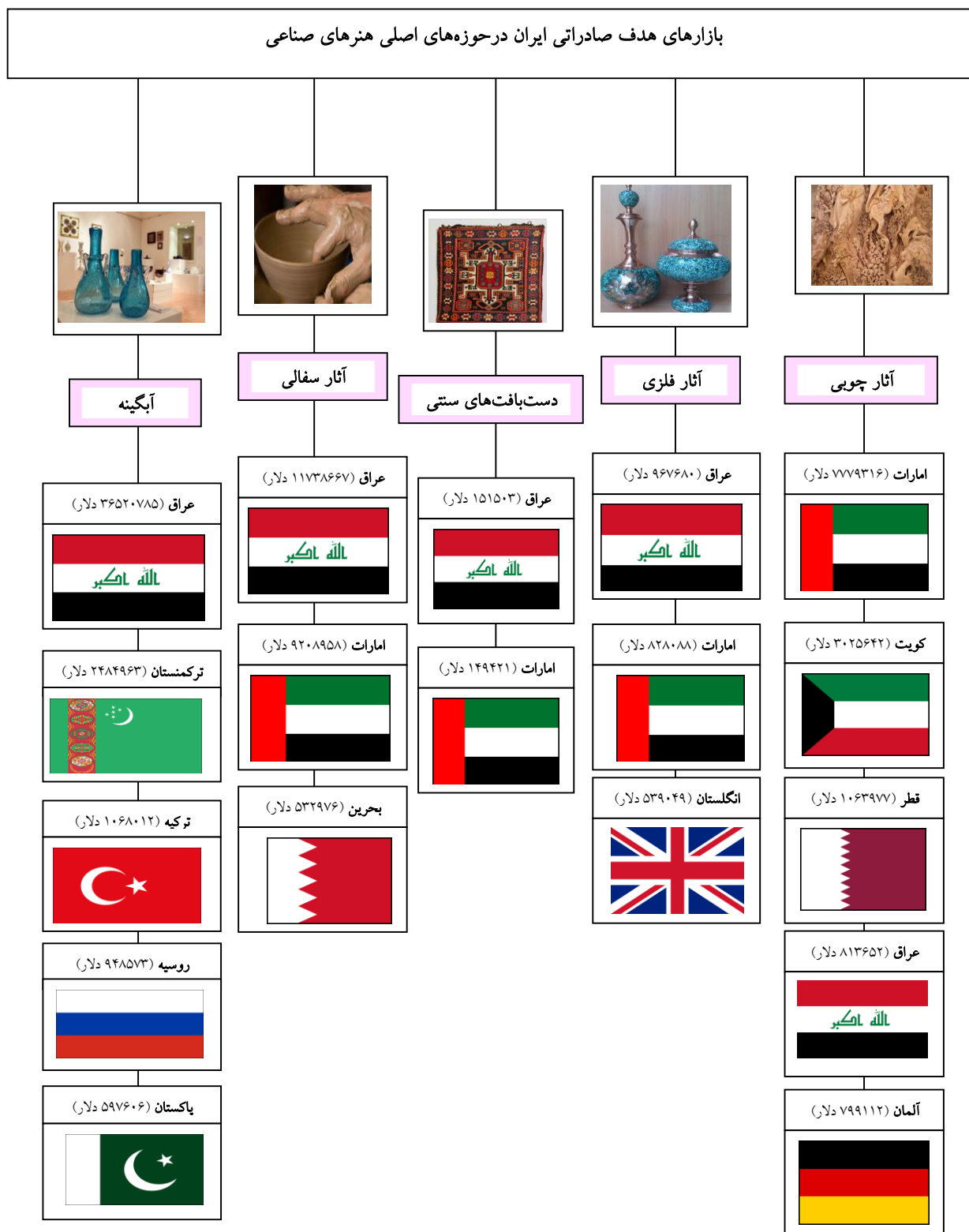
#### ۴-۶ بازارهای هدف صادراتی رشته‌های مختلف صنایع دستی ایران

همان‌طور که در بخش قبل نیز ملاحظه می‌شود، عمده صادرات محصولات صنایع دستی به بازارهای هدف در ۵ سال اخیر، در سال ۹۱ صورت پذیرفته است. هر چند باید ذکر کرد که آمار مورد بررسی در سال ۹۳، محدود به سه ماهه نخست سال است و انتظار می‌رود تا پایان سال، رقم صادراتی با افزایش چشمگیری مواجه شود. نگاره ۶-۸، ارقام صادراتی محصولات این حوزه به بازارهای هدف را به صورت خط روند نشان می‌دهد.



نگاره ۶-۸ صادرات ۵ ساله به بازارهای عمده صادراتی در حوزه صنایع دستی

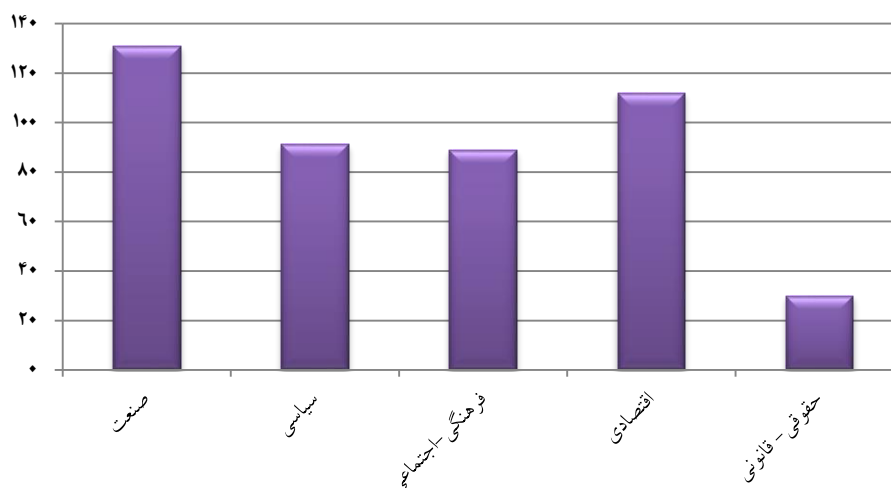
به علاوه، بنابر اطلاعات دریافتی از تحلیل داده‌های آماری گمرک در فصل چهارم، تعاملات بازرگانی ایران با سایر کشورهای جهان (از قاره‌های آسیا-اقیانوسیه، اروپا، آمریکا و آفریقا) در حوزه صنایع دستی در دوره زمانی ۸۹-۹۳، در کل در ۵ رشته آثار فلزی، آثار سفالی، آبگینه، آثار چوبی و دست‌بافت‌های سنتی بوده است. در ادامه، صادرات انجام شده به بازارهای هدف در هر یک از این گروه‌ها در قالب نمودار نشان داده می‌شود (نگاره ۶-۸). لازم به ذکر است، همان‌طور که در فصل چهارم بدان اشاره شد، از میان ۵ رشته اصلی صنایع دستی، به ترتیب گروه‌های آبگینه، آثار سفالی، آثار چوبی، آثار فلزی و در نهایت دست‌بافت‌های سنتی، بیشترین صادرات صنایع دستی را به خود اختصاص داده‌اند.



بنابراین، همان‌طور که در نگاره ۶-۹ مشاهده می‌شود، مهم‌ترین بازار هدف صادراتی در ۴ گروه آثار فلزی، دست‌بافت‌های سنتی، آبگینه و سفالی، کشور عراق بوده است. در گروه آثار چوبی نیز، عمده صادرات به کشور امارات صورت پذیرفته است. در واقع، آنچه راهگشای مشکلات فعالان صنایع دستی چه در عرصه داخلی و چه بین‌المللی است، تمرکز بر عوامل مؤثر در بهبود فضای کسب و کار در این حوزه است.

#### ۶-۵ عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی ایران

همان‌طور که در فصل پنجم مطرح شده است، عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی ایران، با اقتباس از چالش‌های ذکر شده از سوی صاحب‌نظران این حوزه در ۴ بخش مقالات و طرح‌ها، گزارش‌های مطبوعاتی، نشست هم‌اندیشی و پرسشنامه مشخص شده‌اند. در نگاره ۶-۱۰، عوامل مؤثر تعیین شده بر حسب فراوانی تکرار نشان داده شده است. با توجه به این نگاره، به ترتیب عوامل صنعت، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی-اجتماعی و حقوقی-قانونی از دیدگاه صاحب‌نظران مورد توجه قرار گرفته است.



نگاره ۶-۱۰ عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار بر حسب فراوانی تکرار

همان‌طور که در نگاره ۶-۱۰ ملاحظه می‌شود، مهم‌ترین عامل مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی، در ارتباط مستقیم با فعالیت‌های تولیدکنندگان و هنرمندان این حوزه است. در واقع، تأمین مقتضی و به هنگام مواد اولیه در فرآیند تولید، اتخاذ شیوه‌های مناسب و به روز در تولید و ساخت کالاهای صنایع دستی، توجه به آمیخته بازاریابی به عنوان راهنمای عمل (شامل محصول، قیمت، ترفیع و توزیع) و پذیرش مسئولیت اجتماعی و تلاش در جهت حفظ محیط زیست، از مواردی هستند که بنابر نظر صاحب‌نظران این حوزه، نسبت به سایر عوامل، از اولویت بیشتری برخوردار هستند. در واقع، محیط کسب و کار نامساعد، قدرت تفکر، برنامه‌ریزی استراتژیک و تصمیم‌گیری اساسی را از فعالان حوزه صنایع دستی گرفته است. به طور کلی، برخی مشکلات داخلی صنعت به خصوص در حوزه‌های بازاریابی، فروش، مدیریت منابع انسانی، شناسه‌سازی و مدیریت هزینه،

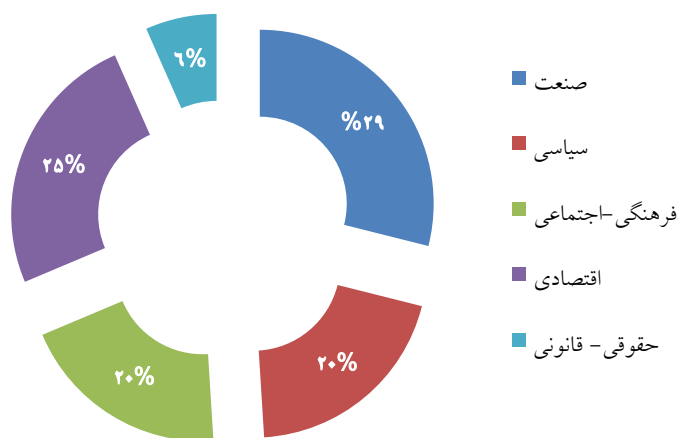
عرصه را بر فعالان این حوزه تنگ کرده است. به خصوص، تولیدکنندگان این گونه کالاها، معمولاً فاقد تجربه و دانش کافی در حوزه بازرگانی فعالیت‌های خود هستند و بدین ترتیب، صرفاً به عرضه محصولات خود توجه می‌کنند و از بعد تقاضای کالاهای خود غافل هستند. البته در برخی موارد، اصرار هنرمندان و تولیدکنندگان به ثبات در فرم، طرح و نقش و تکنیک کار منجر شده است تا رقیبان خارجی با محصولات پرتجمل و ارزان خود، بازار صنایع دستی ایران را تصرف کنند. در این میان، لزوم توجه به سلیقه روز مشتریان با حفظ اصالت‌های ایرانی، و اتخاذ رویکرد کاربردی نسبت به محصولات صنایع دستی به شدت احساس می‌شود. تنها در این صورت این محصولات در سبد کالاهای عموم جامعه قرار می‌گیرند و استفاده از این کالاها در زندگی روزمره افراد جریان می‌یابد.

شرایط اقتصادی، چه در سطح داخل کشور و چه در عرصه بین‌الملل، همواره بر وضعیت صنایع دستی اثرگذار بوده است. با نگاهی اجمالی بر عناصر این گروه می‌توان چنین اظهار کرد که مباحث مالی بیشتر مورد توجه صاحب‌نظران بوده است و اینجاست که مبحث اقتصاد هنر مطرح می‌شود. بدین نحو، با اتخاذ رویکرد اقتصادی در زمینه هنر، کاربرد نظریه‌های اقتصادی در فعالیت‌های هنری و ادبی مورد توجه قرار می‌گیرد. دانشی که متأسفانه در ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در واقع، داشتن نگاه اقتصادی به حوزه هنر، می‌تواند آن را از رشته صرفاً مرتبط به حوزه زیباشناسی خارج، و به چرخه اقتصادی کشور وارد سازد. بدین ترتیب، نگاه تزیینی به حوزه صنایع دستی منسوخ می‌شود و این شاخه هنری، علاوه بر رشد و تعالی فرهنگ جامعه، اثرات اقتصادی نظیر اشتغال‌زایی، چرخش پول، افزایش تولید ناخالص داخلی و در نهایت رشد اقتصادی به همراه خواهد داشت.

نگاره ۶-۱۱، به طور مشهود، میزان اهمیت هر یک از عوامل ۵ گانه در بهبود فضای کسب و کار صنایع دستی را نشان می‌دهد. متأسفانه، وضعیت موجود صنایع دستی بیانگر به فعلیت نرسیدن ظرفیت‌های این حوزه صنعتی و شرایط نامطلوب هنرمندان و صنعتگران است. چنانکه در بسیاری موارد، اظهارنظرهای فعالان و دلسوزان دنیای هنرهای صناعی، بر عدم وجود ساختارهای مشخص عرضه و فروش صنایع دستی، وجود رقابت ناعادلانه میان تولیدکنندگان و واسطه‌ها، مشکلات مالی فعالان حوزه در تأمین تجهیزات مناسب، نبود سرمایه جهت گسترش کار، و مهم‌تر از همه، کاهش تقاضای کالاهای صنایع دستی در سطح داخل و عرصه بین‌الملل متمرکز هستند. به خصوص که در سال‌های گذشته، با تغییرات اقتصادی و بروز رکود تورمی، شرایط خریداران و قدرت خرید آنها تا حد زیادی تحت تأثیر قرار گرفته است و این امر اثرات منفی بر تقاضای محصولات بر جای گذاشته است. این امر به خصوص بر فروش کالاهای صنایع دستی، که از دیدگاه جامعه بیشتر جنبه تزیینی دارند، اثرات نامطلوبی را بر جای گذاشته است.

همواره نگاه صاحبان کسب و کار در کشورهای در حال توسعه به حمایت و پشتیبانی دولتی است. در این میان، برخی صنایع به توجه و مساعدت بیشتری نیاز دارند. متأسفانه در سال‌های اخیر، به دلیل تغییر و تحولات شدید و ناگهانی در مدیریت دولتی صنایع دستی در کشور و در نتیجه عدم توجه به برنامه‌ها و استراتژی‌های مدون در جهت بهبود فضای کسب و کار این صنعت، شرایط رقابتی در سطح داخلی و بین‌المللی به نفع تولیدکنندگان داخلی نیست. در این فاصله زمانی، کشورهای بسیاری با قدرت

رقابتی بالا وارد عرصه تجارت بین‌المللی این محصولات شده‌اند. چنانکه حتی بازارهای داخلی را نیز با کالاهای پرزرق و برق خود تسخیر کرده‌اند. بدین ترتیب، می‌توان مجموع عوامل مطرح شده را در قالب عوامل سیاسی و دولتی گنجانند و آن را به عنوان مؤلفه‌ای مهم در توسعه کسب و کار حوزه صنایع دستی در نظر گرفت. همچنین، نبود نگاهی صحیح به مقوله خصوصی-سازی بر همه صنایع کشور و به خصوص حوزه صنایع دستی سایه افکنده است. همان‌طور که در فصل پنجم تشریح شده است، در کشورهای در حال توسعه معمولاً اتخاذ رویکرد تدریجی در انتقال مسئولیت‌ها و واگذاری امور به صاحبان فن پیشنهاد می‌شود. به عبارت دیگر، در مراحل اولیه نیاز به همراهی و حمایت دولت با کاهش تصدی‌گری در امور وجود دارد. با گذشت زمان و با بهبود شرایط کسب و کار در این صنعت، رویکرد بازار با نظارت غیرمستقیم دولت می‌تواند شرایط رقابت را ارتقا بخشد. بدین نحو، با گذشت زمان و با تقویت نیروی رقابتی فعالان این حوزه، زمینه فعالیت‌های بین‌المللی و حتی جهانی فراهم می‌شود. در این میان، گسترش فعالیت‌های تشکلی و تعاونی‌ها، چه در حوزه حمایتی و کارآفرینی و چه نظارتی، می‌تواند نظم موفق‌تری را در سیستم بازار ایجاد کند. همچنین، برقراری همکاری‌های میان‌نهادی، میان گمرک و سازمان میراث فرهنگی در جهت انجام فعالیت‌های مشترک؛ و میان بخش دانشگاهی و صنعت، در بهبود فضای کارآفرینی و توسعه کسب و کار از اهمیت بالایی برخوردار است.



نگاره ۶-۱۱ عوامل‌های مهم و اثرگذار بر بهبود فضای کسب و کار صنایع دستی

بنابر نظر صاحب‌نظران هنرهای صناعی، عوامل فرهنگی-اجتماعی، نقشی اساسی در بهبود فضای بازرگانی این حوزه ایفا می‌کنند. در این میان، با توجه به دو رویکرد درونی و بیرونی، هم تلاش‌های تلقین آثار صنایع دستی در ذهن و اندیشه عموم و هم مصادیق خارجی فرهنگ صنایع دستی مورد توجه قرار می‌گیرند. در بخش درونی این مؤلفه، اطلاع‌رسانی‌ها و آموزش‌ها، هم به صورت آکادمیک و هم عملیاتی و کارگاهی مد نظر هستند. بدین ترتیب، آگاهی در سطح عام در میان مردم و در سطح خاص در بین فعالان حوزه به وجود می‌آید. بنابراین، هم تقاضای محصولات افزایش می‌یابد و هم تولیدکنندگان در تولید کالاهای صنایع دستی، هم‌زمان به سلیقه و نیاز روز بازار، و حفظ اصالت‌های طرح و نقش ایرانی توجه می‌کنند. نکته مهم در این بخش، لزوم توجه به برخی رشته‌های دانشگاهی است که با رویکردی میان‌رشته‌ای، از قابلیت بالا در حل مسائلی برخوردار



هستند که با اتکای صرف به یک رشته به خصوص قابل پیگیری نیستند. به طور مثال، داشتن نیروی انسانی متبحر در زمینه اقتصاد هنر می‌تواند بسیاری از چالش‌های پیش روی فعالان صنایع دستی را مدیریت کند. در بعد بیرونی این عامل نیز، برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها به عنوان محلی جهت معرفی و آشنایی جامعه هدف با محصولات ارزشمند صنایع دستی و نیز، ارتباط رو در روی تولیدکنندگان با مشتریان به منظور آگاهی از سلاقی و نظرات مستقیم آنها مطرح می‌شود.

در نهایت، یکی دیگر از موارد مهمی که صاحب‌نظران در بخش‌های مختلف متذکر شده‌اند، بستر قانونی و نظارتی در حوزه صنایع دستی است. حتی در برخی موارد، عدم رعایت قوانین جاری در بخش‌های مختلف مورد اشاره قرار گرفته است. این در حالی است که انتظار می‌رود در جهت تضمین اجرای قوانین، برخی مقررات نظارتی نیز تنظیم شود. در بعضی بخش‌ها نیز، عدم وجود قوانین حمایتی و یا دست و پاگیر بودن بعضی قوانین تنظیم شده تأکید شده است. به نظر می‌رسد بازنگری قوانین و شناسایی خلأهای موجود بتواند بخش بزرگی از مشکلات را حل کند. در این میان، قوانین و مقررات موجود در بخش‌های بانکی، بیمه، و به خصوص صادرات بیشتر مورد توجه صاحب‌نظران قرار گرفته است. به طوری که وجود برخی بی‌نظمی‌ها چه در اجرا و چه نظارت عملیاتی، فعالان این حوزه را سر در گم کرده است. به طور مثال، در حوزه قوانین بیمه، کارفرمایان مجبورند هزینه ناکارآمدی نظام تأمین اجتماعی را پرداخت کنند و این پرداخت‌ها، در قالب افزایش هزینه‌های کار به کاهش تمایل این افراد به ادامه فعالیت در حوزه صنایع دستی منجر می‌شوند. به علاوه، مباحث مربوط به عدم شمول تولیدکنندگان در معافیت‌های مالیاتی (به دلیل ویژگی خاص تولید دستی) و مهم‌تر از همه، نبود قوانین مناسب در جهت کنترل واردات بی‌رویه محصولات خارجی با قیمت پایین، منجر به ایجاد فضای نامساعد کسب و کار این هنر-صنعت در کشور شده است.

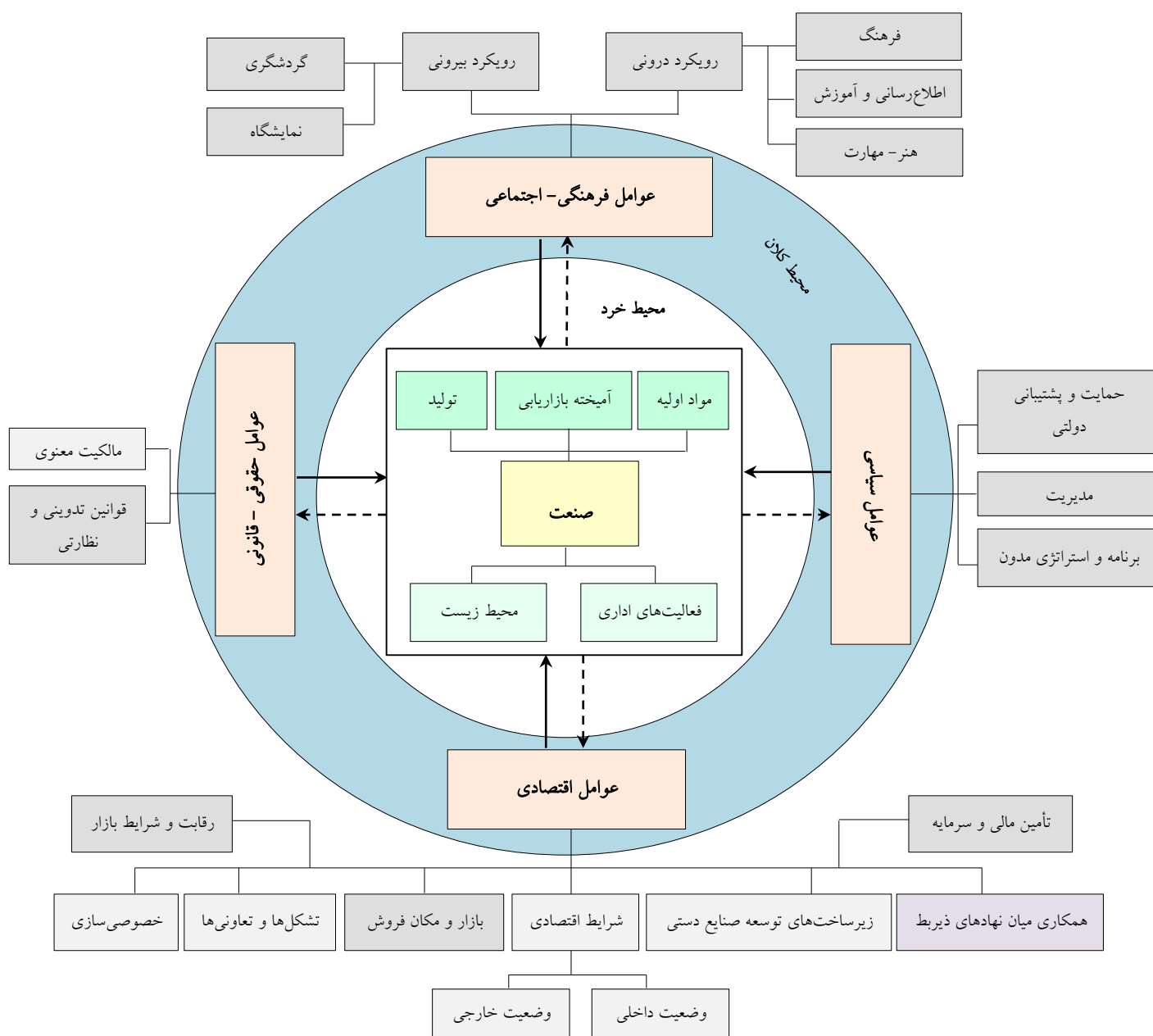
#### ۶-۶ مدل نهایی مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی

به طور کلی، مشکلات موجود در هر صنعت، از جمله صنایع دستی، ناشی از عوامل داخل و یا بیرون از واحدهای داخل آن صنعت است. در واقع، محیط سازمان شامل محیط کلان و محیط خرد است. بدین ترتیب، آنچه کسب و کارها در عمل با آن مواجه هستند، رویارویی با مسائلی است که یا در بعد کلان، از محیط کلان کشور و محیط خاص آن صنعت ناشی می‌شود و یا از دیدگاه خرد، با محیط داخلی خود کسب و کار در ارتباط است.

همان‌طور که در فصل‌های گذشته به تفصیل مطرح شده است، صاحب‌نظران حوزه صنایع دستی، به هر دو محیط مذکور توجه داشته‌اند. به طوری که گروه‌بندی عوامل نیز این ادعا را تصدیق می‌کند. همان‌طور که در نگاره ۶-۱۲ ملاحظه می‌شود، عوامل مورد بحث از حیث محیطی، مرتبط با محیط کلان (عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی-اجتماعی، و حقوقی-قانونی) و محیط کسب و کار (صنعت) هستند. نگاره ۶-۱۲ مدل نهایی بدست آمده از طرح حاضر را نشان می‌دهد.

در نگاهی خرد، عواملی که به طور مستقیم و بدون واسطه بر جریان کار تولیدکنندگان و هنرمندان فعال در رشته‌های شاخص و اصلی صنایع دستی مؤثر هستند، در گروه عوامل صنعت قرار می‌گیرند. این عناصر مهم فرآیند کلی کار، از نقطه آغاز فعالیت یک کسب و کار تا فروش محصولات، را در بر می‌گیرند. از سوی دیگر، محیط کلان، به مثابه گروه عوامل زمینه‌ای،

بستر فعالیت هنرمندان و تولیدکنندگان را تشکیل می‌دهد. این عوامل که به مباحث بسیار کلی‌تر کشور از قبیل عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی - اجتماعی، و حقوقی - قانونی مرتبط هستند، محیط خرد فعالان صنایع دستی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند. به علاوه، همان‌طور که در نگاره ۶-۱۲ مشخص شده است، عوامل مهم‌تر از نگاه صاحب‌نظران، در مربع‌های پررنگ‌تر قرار دارند. به طور نمونه، در بخش محیط خرد، مواردی از قبیل محیط زیست و فعالیت‌های اداری کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. در حیطه کلان نیز، مالکیت معنوی، زیرساخت‌های توسعه صنایع دستی، و شرایط اقتصادی داخلی و خارجی، شکل‌ها و تعاونی‌ها، و خصوصی‌سازی کمتر اشاره شده‌اند.



نگاره ۶-۱۲ مدل نهایی عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کار صنایع دستی

لازم به ذکر است، در مدل نهایی نشان داده شده در نگاره ۶-۱۵، از آنجایی که محل توجه، عوامل توسعه‌ای کسب و کار صنایع دستی است (مرکز مدل مشخص شده با رنگ زرد)، پیکان‌های نمایش داده شده صرفاً روابط مختلف را با صنعت در نظر گرفته است و روابط میانی این مؤلفه‌ها مد نظر محققان نبوده است. پیکان‌های ممتد بیانگر اثر این مؤلفه‌های محیطی بر فضای صنعت هستند. در مقابل، پیکان‌های خط‌چین، به اثرات متقابل از سوی محیط صنعت بر عوامل محیطی اشاره دارند. در واقع، انتظار می‌رود با ارتقای وضعیت صنایع دستی در کشور، سایر مؤلفه‌های محیطی نیز با بهبود نسبی همراه باشند.

### جمع‌بندی نهایی

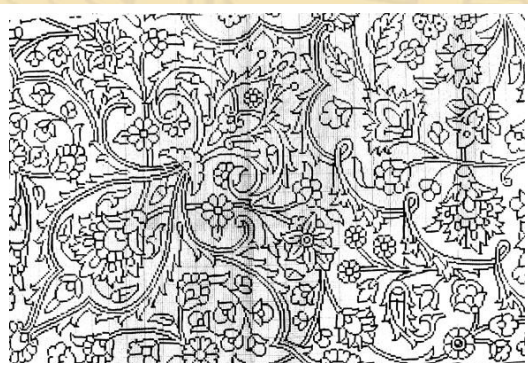
همان‌طور که در طرح حاضر ملاحظه می‌شود، فعالان صنایع دستی با چالش‌های بزرگی در مسیر فعالیت خود مواجه هستند. مشکلاتی که از یک‌سو از اوضاع کلان کشور ناشی می‌شوند و به طور عمده در اختیار مدیران مسئول دولتی و نهادهای اجرایی و قانونی کشور هستند، و از سوی دیگر، به فعالیت بخش خصوصی و خود فعالان مربوط می‌شوند و نیاز به توجهات اساسی دارند. صنایع دستی به عنوان صنعتی مستحکم، نقشی اساسی در گسترش فرهنگ خوداشتغالی دارد. متأسفانه، در سال‌های اخیر به دلیل وجود برخی نوسانات اقتصادی، فرصت کسب سودهای کلان بدون انجام فعالیت‌های سازنده برای برخی افراد ایجاد شده است و این امر، منجر به افزایش تمایل گروه‌های مختلف به سفته‌بازی و منافع حاصل از آن، و از بین رفتن فرهنگ کار و روحیه کاری قشر عظیمی از جامعه به خصوص جوانان شده است که در نهایت، منافع اقتصادی خاصی را نیز نصیب کشور نکرده است. در حالی که ارتقای وضعیت صنایع کشور، نه تنها منجر به بهبود شرایط فعالان کسب و کار آن حوزه می‌شود، بلکه سرمایه‌ها را به سمت فعالیت‌های مولد و پربازده هدایت می‌کند. یکی از صناعی که می‌تواند نقشی اساسی در افزایش شاخص‌های اقتصادی داشته باشد، صنایع دستی است. در واقع، این هنر-صنعت قابلیت آن را دارد که هم فرهنگ و اصالت ایرانی را در عرصه داخلی و جهانی به نمایش گذارد، و هم فرصت رشد و در پی آن توسعه اقتصادی را فراهم سازد.

در طرح حاضر، برخی از عوامل مؤثر در توسعه کسب و کار صنایع دستی بر اساس مطالعه مقالات و طرح‌های مرتبط، و بررسی گزارش‌های مطبوعاتی در طول ۲۵ سال گذشته، آرای صاحب‌نظران فعال در حوزه صنایع دستی، و نظرات تولیدکنندگان و هنرمندان حاضر در نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران شناسایی شده اند. در این میان تلاش شده است تا بررسی چالش‌های موجود و مؤلفه‌های مؤثر در گروه‌های اصلی هنرهای صناعی صورت پذیرد. در تحلیل بخشی از چالش‌های انتخاب حوزه‌های شاخص هنرهای صناعی، به اختلاف‌نظرها در تعاریف فرم و محتوای محصولات هنرهای سنتی در فصل اول اشاره شده است.

در واقع، بسیاری از رشته‌ها در جامعه هنری قدیم به دلیل انسجام و پیوستگی هنر و صنعت در هم ممزوج و یکپارچه بوده‌اند و این نگاه تفکیک شده و مجزا به حوزه صنعتی محصول و یا جنبه هنری آن وجود نداشته است. ولی در عصر حاضر با توجه به تقسیم‌بندی بر اساس نوع کاربرد و صنعت مورد نظر می‌توان تا حدودی این حوزه‌ها را تعریف و تبیین کرد. متأسفانه به جز اختلاف در برخی رشته‌ها در گروه‌بندی‌های موجود، دسته‌بندی خاصی نیز وجود نداشته است که این پژوهش بر اساس آنها

بتواند گروه‌بندی شاخص خود را متقن بداند. بدین منظور در طرح حاضر تلاش شده است تا با استفاده از نظرات خبرگان و فعالان صنایع دستی، بر اساس ملاک‌های شناسایی شده، گروه‌بندی ۱۲ گانه رشته‌ها ارایه شود. به نظر می‌رسد، گروه‌بندی مورد نظر در این طرح، از جامعیت و مانعیت مناسبی برخوردار باشد.

این طرح بر آن بوده است تا وضعیت موجود صنایع دستی را از منابع مختلف مورد بررسی قرار دهد و بر اساس آن مدلی برگرفته از عوامل مؤثر در بهبود فضای کار صنایع دستی ارایه دهد. بدین ترتیب، با استفاده از مبنای فراهم شده، می‌توان فرصت‌های موجود در این صنعت را شناسایی کرد و در جهت رسیدن به وضعیت مطلوب، راهبردها و راهکارهای مناسب را تدوین کرد. طرح برنامه مسیر توسعه در جهت ارتقای این صنعت، راهی طولانی را در پیش دارد که نیازمند توجه و مطالعات بیشتر در آینده است. امید است با توجه و عنایت بیشتر مسئولان این حوزه و همکاری فعالان صنایع دستی، مسیر بهبود اوضاع صنایع دستی هموارتر شود.



منابع

## منابع فارسی

۱. احمدی، سهیلا، سیف، هادی (۱۳۹۰). *محراب گنج‌بری نفیس مسجد اولجایتو در جامع عتیق اصفهان*، نشر کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
۲. اسفیدانی، محمد رحیم (۱۳۸۵). *استراتژی‌های بازاریابی در بازارهای اینترنتی*، نشر موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۳. اسکندرپور خرمی، پرویز (۱۳۸۳)، *اسلیمی و نشانه‌ها: قالی، کاشی، تذهیب*، نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۴. افشار مهاجر، کامران (۱۳۹۳). *آشنایی با رشته‌های مختلف هنری*، نشر کتاب‌های درسی ایران، چاپ پنجم.
۵. آزاد، سحر (۱۳۸۷)، *هنرهای سنتی-کارشناسان هم زمان با روز جهانی صنایع دستی؛ صنایع دستی جایگاهی در زندگی مردم ندارد، هنر و معماری، آینه خیال*.
۶. آقامیری، امیر هوشنگ؛ رضاپور، سونیا (۱۳۸۷)، *آرایه‌ها و نقوش اسلیمی در هنر تذهیب و طراحی فرش*، نشر یساولی.
۷. جانی، سیاوش (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری در ایران. منطقه جنوب غرب آسیا. *پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی ایران*، ۵۸.
۸. جویباری، وحیدرضا؛ بهارلو، علیرضا؛ چیت‌سازیان، امیرحسین (۱۳۹۱). جایگاه اجتماعی صنایع دستی و هنرهای سنتی با نظری به مسگری کاشان در گذشته و امروز، *علوم اجتماعی*، دانش بومی.
۹. حسینی، میرزا حسن (۱۳۸۳). *مدیریت بازاریابی بین‌المللی*، نشر دانشگاه پیام نور کشور.
۱۰. خیاط، حامد (۱۳۸۷)، *سروا، نگاهی به صنایع دستی*، نشر سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران.
۱۱. دفتر سازمان‌های بین‌المللی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (۱۳۸۵)، *مجموعه مقالات کنگره بین‌المللی هنرهای اسلامی و صنایع دستی*، نشر بین‌المللی الهدی.
۱۲. ذریه زهرا، امیر احمد، تسلیمی، نصرالله، کیان اصل، مریم، نیکویی، مجید (۱۳۹۱). دفتر برنامه‌ریزی و تألیف آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کار و دانش، *آشنایی با صنایع دستی ایران (۱)*، شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
۱۳. رحمانی، اشکان؛ الحمیدی، زهرا (۱۳۸۷)، *نقش دست: گذری بر صنایع دستی استان فارس*، نشر سازمان میراث فرهنگی و گردشگری فارس.
۱۴. رحمانیان، عبدالمجید (۱۳۸۶)، *ره‌آورد غربت: صنایع دستی در اسارت*، نشر امید آزادگان.
۱۵. رنگچیان، محمد (۱۳۹۰)، *هنر به مثابه پیشه، رشد آموزش*، ۸، ۴، ۵۲-۵۶.
۱۶. سلیمانی، بهزاد، حلیمی، محمدحسین (۱۳۹۰)، *رهیافت‌های زیبایی‌شناسی به مثابه طراح و توسعه محصول، باغ نظر*، ۸، ۱۶، ۷۹-۹۲.
۱۷. سیسیل، ادواردز (۱۳۵۸). *قالی ایران*، ترجمه مهین دخت صبا، نشر انجمن دوستداران کتاب.
۱۸. سید اخلاقی، پریسا (۱۳۸۸)، *دانشنامه کوچک صنایع دستی ایران*، نشر قصیده، چاپ دوم.

۱۹. شایسته فر، مهناز (۱۳۸۶)، جایگاه هنر قالی‌بافی در توسعه‌ی گردشگری استان کردستان، کتاب ماه هنر، شماره ۱۱۱-۱۱۲.
۲۰. شریف‌زاده، عبدالمجید (۱۳۸۵)، نقش هنر در تولید صنایع دستی، رشد آموزش هنر، ۷، ۱۶-۱۹.
۲۱. شهریار، ایاز (۱۳۸۴)، آموزش منبت‌کاری به روش سنتی و نوین، نشر ارمان دبیران.
۲۲. صدری، بهنام (۱۳۸۸)، مجموعه مقالات همایش ملی صنایع دستی و ارتباط آن با صنعت توریسم، نشر اصفهان.
۲۳. علی احمدی، علیرضا (۱۳۸۵)، نگرشی جامع بر مدیریت/استراتژیک، نشر تولید دانش.
۲۴. غزنی، سرفراز (۱۳۸۳)، کارهای مدرن و کلاسیک گل و بوته در گچ‌کاری، سنگ‌تراشی، منبت‌کاری مبل‌سازی و ریخته‌گری، نشر روزبهان.
۲۵. فقیری‌زاده، فاطمه (۱۳۸۸)، آموزش هنر گلیم‌بافی، نشر بازتاب.
۲۶. قاسمی، ندا (۱۳۸۲)، مسگری تزئینی، نشر اسرار دانش.
۲۷. گزارش‌های مطبوعاتی روزنامه‌های اطلاعات، همشهری، آرمان، کار و کارگر، کیهان، ایران، اعتماد، شرق، جمهوری اسلامی، خراسان، جوان، قدس، مردم اسلامی، سیاست روز، توسعه، همبستگی، وطن امروز، آفتاب یزد، آشتی.
۲۸. محمدی فر، غلامرضا (۱۳۸۷)، نگاهی به کاربردهای روش تحلیل محتوا، پیام پژوهش، ۸، ۸۸، ۲۶-۳۱.
۲۹. مرتضوی، مهدی (۱۳۹۱)، بومی‌سازی باستان‌شناسی و هنرهای سنتی: مطالعه موردی استان سیستان و بلوچستان، باستان‌شناسی ایران.
۳۰. مردانه، سولماز (۱۳۸۷)، هنرهای سنتی فراموش‌شده اردبیل (چینی بندزنی و مسگری)، نشر محقق اردبیلی.
۳۱. معزز، ناهید؛ مقبل، مسعود (۱۳۸۴)، هویت‌کاری (مشبک‌سازی روی پارچه)، نشر بصائر.
۳۲. مقنی‌پور، مجید رضا (۱۳۹۰)، بررسی وضعیت آموزش هنرهای سنتی در سطح آموزش عالی کشور، نامه آموزش عالی، ۱۴، ۱۰۴-۸۴.
۳۳. موسوی، لیلا سادات؛ دایی زاده، شمس (۱۳۸۵)، صنایع دستی استان مرکزی، نشر زرین و سیمین.
۳۴. مهربان، احمد؛ تیموری، شهرزاد (۱۳۸۶)، صنایع دستی گیاهی سیستان و بلوچستان، نشر تفتان.
۳۵. نورماه، فروهر؛ یآوری، حسین (۱۳۸۶)، نگرشی بر تحولات صنایع دستی در جهان، نشر سوره مهر.
۳۶. ونوس، داور (۱۳۸۵)، مروری بر اصول، مفاهیم و روش‌های بازاریابی، نشر نگاه دانش.
۳۷. ویلسون، جیمز (۱۳۸۳)، سفال‌گری اسلامی (ترجمه مهناز شایسته فر)، نشر موسسه مطالعات هنر اسلامی.
۳۸. هاوکینز، دل (۲۰۰۴)، بررسی رفتار مصرف‌کننده (ترجمه احمد روستا و عطیه بطحایی)، نشر سارگل.
۳۹. هولستی، ال. آر. (۱۳۸۰)، تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی، ترجمه نادر سالارزاده امیری، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، چاپ دوم.
۴۰. یآوری، حسین (۱۳۸۰)، اطلس ملی ایران، صنایع دستی، جلد ۱۴، تهران، سازمان نقشه برداری کشور.

۴۱. یآوری، حسین (۱۳۸۴)، *کارشناسی آثار صنایع دستی*، نشر ایران‌شناسی.
۴۲. یآوری، حسین (۱۳۸۶)، *آشنایی با هنرهای سنتی ۱*، چاپ چهارم، انتشارات صباي سحر، تهران.
۴۳. یآوری، حسین، ۱۳۸۹، *شناخت صنایع دستی ایران*، تهران، انتشارات مهکامه.
۴۴. یآوری، حسین (۱۳۸۹)، *مدیریت در کارگاههای تولیدی صنایع دستی*، انتشارات آذر و سیمای دانش، چاپ اول.
۴۵. یآوری، حسین (۱۳۹۰)، *شناخت صنایع دستی ایران/اسلام*، نشر مهکامه.
۴۶. یآوری، حسین (۱۳۹۱)، *آشنایی با هنرهای سنتی (۳)*، انتشارات آذر و نشر سیمای دانش.
۴۷. یآوری، حسین، نورماه، فروهر (۱۳۸۴)، *نگرشی بر تحولات صنایع دستی در جهان*، انتشارات سوره مهر، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، چاپ چهارم.

#### منابع انگلیسی

1. Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*, New York: The Free Press
2. Creswell, J. W, Plano Clark. V. L. , Guttman, M. L. and Hanson, E. E. (2003). Advanced Mixed Methods Research Design. In A.Tashakkori and Teddlie, C. (Eds.), *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research* (pp. 209–240). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
3. Creswell, J.W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage.
4. De Soto, Hernando. *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*. Basic Books, 2000. ISBN 0-465-01614-6.
5. Hodge, B,J, Anthony, W.P., (1988). *Organizational Theory*. 3rd edition. London, Allyn & Bacon, INC.
6. Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

#### منابع داده‌های آماری مورد استفاده

- www.doingbusiness.org/rankings (بانک جهانی)
- www.tccim.ir (اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران)
- www.irica.gov.ir (گمرک ایران)
- www.gemconsortium.org (دیدهبان جهانی کارآفرینی)





پیوست

### پرسشنامه نظرخواهی

به نام دانای مهربان

هنرمند و فعال گرامی:

با تقدیم سلام و احترام

پرسشنامه‌ای که پیش رو دارید به منظور انجام پروژه تحقیقاتی در زمینه شناسایی چالش‌های کسب و کار در صنایع دستی است. خواهشمندم با مطالعه هر یک از سؤالات پرسشنامه، نظر خود را با علامت «\*» در جای مورد نظر مشخص فرمایید. بدیهی است پاسخ‌های دقیق و با تأمل شما به کسب نتایج ارزنده و قابل اعتماد در این تحقیق یاری خواهد رساند.

با تشکر

فرزانه سلیمانی - نرگس شیخی

حوزه کاری: .....

سن: ☐ ۲۵ سال و کمتر ☐ ۲۶-۳۰ سال ☐ ۳۱-۳۵ سال ☐ ۳۶-۴۰ سال ☐ بالاتر از ۴۰ سال

سطح تحصیلات: ☐ دیپلم و کاردانی ☐ کارشناسی ☐ کارشناسی ارشد ☐ دکترا

میزان سابقه کار: ☐ کمتر از ۶ سال ☐ ۶-۱۰ سال ☐ ۱۱-۱۵ سال ☐ بالاتر از ۱۵ سال

۱. به نظر شما، کسب و کار صنایع دستی با کدام یک از چالش‌های زیر روبروست؟

بسیار موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالقم	بسیار مخالقم	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	شیوه‌های نامناسب آموزش هنر در بخش‌های مختلف توسط هنرورزان و عدم جذابیت آن از سوی هنرآموزان
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم وجود امکانات تأسیساتی و تجهیزاتی و کارگاه‌های مناسب آموزش و کار
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مشکلاتی فرهنگی در زمینه ترویج این هنر به عنوان هنر تاریخی و سنتی در میان مردم
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم استفاده از شیوه‌های تبلیغاتی و بازاریابی مدرن در ایجاد ذهنیت مثبت در میان مردم
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم توجه به مباحث ایجاد شناسه و برند از سوی فعالان دولتی و خصوصی
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مشکلات تأمین مالی و اعتباری، جذب سرمایه و تسهیلات مورد نیاز از مراکز مالی
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم استفاده از شیوه‌های مدرن و یا مناسب تولید به منظور کاهش هزینه‌ها با حفظ کیفیت
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم استفاده از روش‌های قیمت‌گذاری استاندارد و مشخص به منظور جلب اعتماد افراد به قیمت پرداختی
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم استفاده وسیع از صنایع دستی در شرکت‌ها به خصوص دولتی به منظور آشنایی و توجه بیشتر مردم با این هنر

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	مشکلات مربوط به بیمه هنرمندان و شاغلان حرفه، و نگرانی هنرمندان از امنیت شغلی‌شان
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم توجه به برگزاری فستیوال‌ها، بازارها و بازارچه‌های تخصصی در بخش‌های مختلف
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	وجود قوانین دست و پاگیر در بخش فعالیت داخلی صنایع دستی
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم تدوین قوانین حمایتی لازم و کافی به منظور پشتیبانی از فعالیت داخلی هنرمندان و شاغلان بخش
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	دولتی بودن بخش‌های مختلف و عدم واگذاری این بخش‌ها به بخش خصوصی
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم برگزاری همایش‌ها و گردهمایی‌های مختلف جهت آشنایی بیشتر مردم و معرفی هنرمندان
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	وجود واسطه‌های توزیع نامناسب و دلالت سودجو (عدم فروش مستقیم کالاها توسط هنرمندان و فعالان مربوط)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	وجود قوانین دست و پاگیر در زمینه صادرات محصولات صنایع دستی (لزوم اخذ مجوزها و مراحل قانونی بسیار)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم وجود قوانین و بخشنامه‌های حمایتی جهت صادرات محصولات به خارج از کشور
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم وجود تعاونی یا تشکل قوی جهت حمایت از هنرورزان و فعالان این حوزه با اختیارات دولتی
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم برخورداری از برنامه‌های منسجم جذب گردشگری در کشور به منظور آشنایی و جذب گردشگران داخلی و خارجی به صنایع دستی

۲. از دیدگاه شما به عنوان هنرمند و فعال این حوزه، به چه چالش‌هایی در این پرسشنامه اشاره نشده است؟

.....

.....

.....

۳. نگاه شما به آینده صنایع دستی در حوزه کاری خود چیست؟ آیا نگاه مثبتی به پیشرفت و ارتقای کسب و کار صنایع دستی در بخش خود چه در عرصه داخلی و چه خارجی دارید؟

.....

.....

.....

فهرست رشته‌های صنایع دستی بر اساس مواد اولیه

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱	آبی‌بافی (دولایه‌بافی)	*	*	بافت نوعی پارچهٔ دستبافت سنتی ایران تار نما با الیاف پشمی الوان و به صورت دولایه و دو رو در استان فارس، توسط ایل قشقایی	فارس (عشایر)
۲	ابریشم‌بافی	*	*	پارچه‌ای دست‌بافت با تار و پود ابریشم طبیعی و الوان که نقوش هندسی آن در حین بافت و با انگشت ایجاد می‌شود.	خراسان (زاوین، کلات نادری، راز، جرگلان، مانه و سملقان)
۳	ابریشم‌دوزی	*	*	دوخت روی پارچه با الیاف ابریشم طبیعی بر اساس طرح‌های از پیش تعیین شده	اصفهان (کاشان)، هرمزگان (بندرعباس)، یزد
۴	ابریشم‌کشی	*		تبدیل پيله ابریشم به نخ ابریشم به وسیله دست و دستگاه‌های ابریشم‌کشی (چرخانه)، مازندران (آمل، فریدون‌کنار، منطقه بندپی بابل، شهرستان قائم شهر، لفرور در شهرستان سوادکوه، شیرگاه در شهرستان سوادکوه و در شهرستان‌های ساری، نکا، گلوگاه، جویبار، نور، نوشهر، چالوس، تنکابن و رامسر)	مازندران، خراسان رضوی (بایگ)
۵	أجاق قراقی- بافی	*	*	دستبافته‌ای پشمی و نعلی شکل برای حفاظت از فرش اصلی اتاق در مقابل شراره‌های آتش هیزم اجاق ( قرق اجاق)	آذربایجان شرقی (دشت مغان)، اردبیل
۶	آجرکاری		*	هنر چیدن آجر با استفاده از نقوش هندسی به منظور عرضه نماهای تزئینی متناسب و گریز از یکنواختی در نما	اصفهان، یزد، قزوین، همدان
۷	آجیده‌دوزی (لایه‌دوزی- پنبه‌دوزی)	*	*	دوخت لایه‌ای از پنبه بین دو لایه پارچه، جهت برجسته کردن اجرای نقوش و طرح‌ها	کرمان، گلستان، فارس، همدان
۸	احجام چوبی سنتی	*	*	ساخت احجام تزئینی و کاربردی، پیکره‌های چوبی تزئینی با استفاده از مُغار و سوهان با استفاده از چوب‌های خودرنگ فشرده چوبی و مُنبت‌کاری	تهران، آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی (تبریز و رزقان)، کردستان، مازندران، همدان
۹	احجام سنگی		*	ساخت ظروف یا اشیایی (مجسمه، دیوار، و ...) که ماده اولیه آنها سنگ بوده و با تراشیدن به شکل نهایی مورد نظر در آیند.	اصفهان، فارس، خوزستان
۱۰	احجام فلزی سنتی		*	تهیه زیر ساخت کارهای قلمزنی یا جُنده‌کاری از جنس مس یا برنج	اصفهان، تهران

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۱	احرامی‌بافی (سجاده‌بافی)	*	*	بافت زیراندازی به ابعاد تقریبی ۱۲۵ × ۸۰ سانتی‌متر با زمینه یک‌رنگ و نقوش هندسی شکسته رنگارنگ	خراسان جنوبی (فردوس)، خوزستان (شوشتر)
۱۲	اُرسی‌سازی	*		ساخت پنجره‌های مشبک با شیشه رنگی که تعداد لتهای آن فرد بوده و باز و بسته شدن آن، حرکتی عمودی دارد.	اصفهان (کاشان)، یزد
۱۳	آرغوان‌بافی	*	*	بافت سبدهای حصیری با استفاده از تَرکه‌های درخت ارغوان	خراسان رضوی (مشهد طُرقه)
۱۴	اُرمک‌بافی	*	*	پارچه‌ای دست‌بافت با عرض ۷۵ الی ۹۰ سانتی‌متر و طول ۲۵ متر، دارای طرح‌های ساده، پیچازی و راه راه برای روپوش مدارس یا لباس محلی در یزد	یزد
۱۵	اِسپندبافی	*	*	به نخ کشیدن دانه‌های اسپند با سوزن و اضافه کردن نخ‌های رنگی، منگوله و ... به اشکال مختلف بر روی سطح مقوایی، حصیری و پارچه‌ای در خراسان جنوبی	خراسان جنوبی
۱۶	آشک‌دوزی	*	*	دوخت مرواریدهای اشک‌گونه بر روی پارچه‌های سنگین مانند ماهوت، مخمل، اطلس	اکثر استان‌ها
۱۷	افزار فلزی (چاقو، قندشکن، داس و ...)	*		ساخت افزار جنگ، شکار و ...، با استفاده از فولاد نرم و کربن که به وسیله چکش فرم گرفته شده باشند مثل سپر، شمشیر، چاقو، قند شکن، و ... با دسته‌هایی از چوب، استخوان، شاخ حیوانات، عاج، ملبله و تزیین آن	اصفهان (کاشان)، یزد، زنجان، خراسان، قزوین، فارس (شیراز)، آذربایجان شرقی (تبریز، مراغه و بناب)
۱۸	آلاچیق‌سازی	*	*	مسکن عشایر و چادر نشینان، سیاه چادر برای سقف چادر(آلا) از جنس موی بُز (گاه نم‌د)، و چیق برای دیواره آن از جنس حصیر	گلستان و عشایر
۱۹	آه بُری	*		تزیینات معماری بیرونی بنا و یا قسمت‌های مرطوب داخل، با ملات آهک (مانند گچ‌بری)	اصفهان، تهران، قزوین
۲۰	آویزه‌دوزی	*	*	دوخت منگوله‌های کوچک گروی به لبه‌های پارچه به منظور تزیین	اکثر استان‌ها (عشایر)
۲۱	ایزار	*	*	بافت پارچه دست‌بافت سستی به رنگ آبی به عنوان سفره نان در قزوین	قزوین
۲۲	آیینه‌دوزی	*	*	دوختن آیینه‌های مدور و پولک بر روی لباس‌های محلی و آویزهای دیواری	سیستان و بلوچستان، هرمزگان
۲۳	آیینه‌کاری	*		نصب قطعات کوچک هندسی آیینه و پهلوی هم قرار دادن آنها در سطوح دیوارها و سقف بناها به منظور تزیین	اصفهان، تهران، خراسان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۴	باتیک چاپ مُهری	*	*	نقش‌دار کردن و رنگ‌آمیزی پارچه ساده (ابریشمی یا ...) به وسیله مهر، موم و رنگ	
۲۵	باتیک نقاشی	*	*	نقش‌دار کردن و رنگ‌آمیزی پارچه ساده (ابریشمی یا ...) به وسیله قلم‌مو، موم و رنگ	
۲۶	بادبزن بمپور	*	*	نوعی بادبزن در بخش بمپور با استفاده از تور محکم، قطعات رنگی پارچه و دسته‌ای از نی میان‌تهی	سیستان و بلوچستان (بمپور)
۲۷	با دله‌دوزی (تَل بافی)	*	*	رجوع شود به تعریف گلابتون‌دوزی	هرمزگان
۲۸	باشلق‌بافی	*	*	پارچه دست‌بافت ساده و پشمی استان مازندران با عرض ۳۰ الی ۵۰ سانتی‌متر برای دوخت لباس‌های محلی	مازندران (آلاشت)
۲۹	بافتنی‌های سنتی	*	*	تولید انواع بلوز، شال، جوراب، رومیزی و ... با استفاده از الیاف پشمی (امروزه کاموا) به وسیله دومیل، قلاب یا پنج‌میل	اکثر استان‌ها، اردبیل، مازندران، خراسان
۳۰	بافته‌های پودنما	*	*	به دست‌بافته‌های (پارچه) اطلاق می‌شود که با دستگاه نساجی سنتی بافته شده و پودها به دلیل تراکم بیشتر، تمامی سطح تارها را بپوشانند.	اکثر استان‌ها
۳۱	بافته‌های تارنما	*	*	به دست‌بافته‌های (پارچه) اطلاق می‌شود که با دستگاه نساجی سنتی بافته شده و تارها به دلیل تراکم بیشتر، تمامی سطح پودها را بپوشانند (پود مخفی باشد)	اکثر استان‌ها
۳۲	بافته‌های سنتی	*	*	به دست‌بافته‌های (پارچه) اطلاق می‌شود که با دستگاه نساجی سنتی بافته شده و تار و پود هر دو نمایان باشند.	اکثر استان‌ها
۳۳	بامبوباتی	*	*	تولید و بافت محصولات مانند میز، صندلی، سبد نان، آباژور و ... با استفاده از بافت رشته‌های حاصل از نوعی نی خیزران	گیلان (لیالستان لاهیجان)
۳۴	بخارا دوزی	*	*	نوعی رودوزی که در اثر پُرکاری دوخت، پارچه زمینه مشخص نیست.	اصفهان
۳۵	بُرَق‌سازی	*	*	نقاب یا روبنده زنان جنوبی کشور که بر روی آن گل‌دوزی یا پولک‌دوزی شده باشد.	هرمزگان (بندر عباس، قشم، سلخ، پی پشت درگهان)
۳۶	بَرک‌بافی	*	*	پارچه‌ای دست‌بافت از پشم شتر یا موی بُز برای تهیه کت و پالتوی زمستانی در بُشروی خراسان	خراسان (بشروی)
۳۷	بُرک‌ن‌دوزی	*	*	نوعی رودوزی که در آن قسمت‌هایی از پارچه بریده شده و با نخ هم‌رنگ یا مخالف زمینه، دوردوزی شده باشد.	اکثر استان‌ها

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۳۸	برودری دوزی	*	*	نوعی رودوزی که با زدن بخیه‌های ریز و موازی در قسمت‌هایی که با قیچی درآورده شده، پارچه توری به نظر برسد.	اکثر استان‌ها
۳۹	بندری دوزی	*	*	نوعی رودوزی خاص تزیین لباس‌های محلی زنان بندر عباس و شهرهای جنوبی کشور	هرمزگان (بندر عباس)
۴۰	بوریا بافی	*	*	رجوع شود به حصیربافی	خوزستان، هرمزگان، یزد
۴۱	بوزو (رانک و چوخه)	*	*	لباس سنتی مردان کُرد با استفاده از موی نوعی بُز کمیاب به نام مَرغز (رانک، شلوار، چوخه، کت)	کردستان
۴۲	بیلیش-دوزی (قزاق-دوزی)	*	*	رودوزی سراسرستین، مچ شلوار، دور یقه، پیش سینه، مرکز و گوشه‌رو سری‌ها با نخ ابریشم تابیده قرمز با نقوش خاص هندسی و گل و برگ	اکثر استان‌ها، گلستان
۴۳	پایه ماشه	*	*	ساخت انواع قلمدان، قاب آئینه و ... با استفاده از کاغذ فشرده شده که بر روی آن نقاشی سنتی ایران انجام گرفته شده باشد.	اصفهان
۴۴	پای پوش‌های سنتی	*	*	تهیه پای‌پوش‌های سنتی ایران با توجه به نیاز امروز و حفظ اصالت‌ها با استفاده از چرم و الیاف پنبه‌ای	تهران، زنجان، خراسان شمالی، همدان، کردستان
۴۵	پتّه دوزی (سلسله دوزی)	*	*	رودوزی با نقوش بته جقه مخصوص کرمان با نخ‌های پشمی ظریف و رنگارنگ بر روی پارچه پشمی یک‌رنگ (عریض)	کرمان
۴۶	پتوبافی	*	*	پارچه‌ای پشمی (در خرائق و اشکذر یزد) که بعد از بافت، ورز داده شده و حالت نرمی بخود می‌گیرد.	یزد (اشکذر خرائق)
۴۷	پرده‌بافی (تیجیر پوشیه)	*	*	بافت پارچه‌ای در یزد منحصرأ جهت پرده (جدا سازی فضاها، پوشاندن سقف حیاط و مساجد در مراسم‌های مذهبی)	یزد
۴۸	پریواربافی	*	*	پارچه لطیف حریر از ابریشم که به سان مخمل مختصر خوابی دارد (منسوخ شده)	بوشهر، سیستان و بلوچستان، هرمزگان
۴۹	پریواردوزی	*	*	رودوزی بر روی پارچه در نهایت ظرافت، به طوری که پارچه به صورت مخمل دیده شود.	اصفهان، سیستان و بلوچستان، خراسان رضوی، تهران
۵۰	پلاس بافی	*	*	زیراندازی شبیه به گلیم درشت بافت که با استفاده از پارچه‌های مستعمل بریده شده، بافته می‌شود.	فارس، گلستان، چهارمحال و بختیاری (شهرستان‌های لردگان، بروجن و اردل)
۵۱	پن بافی	*	*	نواری دست‌بافت در قزوین برای تزیین لباس و روسری	قزوین

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۵۲	پوشمین	*	*	رواندازی بافته شده با دستگاه نساجی سنتی و با استفاده از بهترین و ظریف‌ترین پشم در آذربایجان غربی، بوکان و مهاباد	آذربایجان غربی (مهاباد، بوکان)، کردستان
۵۳	پوستین‌دوزی	*	*	رودوزی با ابریشم بر روی پوست بره جهت لباس، جلیقه یا زیراندازهای تزئینی	خراسان رضوی
۵۴	پولک‌دوزی	*	*	دوخت انواع پولک‌های فلزی یا غیره بر روی لباس، پرده، رومیزی و ...	اکثر استان‌ها
۵۵	پیکرتراشی	*	*		
۵۶	پيله‌دوزی	*	*	رودوزی با استفاده از بادامه‌های دو نیم شده پيله ابریشم بر روی پارچه و لباس	آذربایجان غربی (ارومیه)، اصفهان (کاشان)، یزد (تفت، مهریز)، رشت
۵۷	تاجه‌بافی	*	*	بافته‌ای کیسه شکل برای نگهداری و حمل و نقل حبوبات، گندم و آرد در چهار محال و بختیاری	عشایر چهارمحال و بختیاری
۵۸	تخت‌کشی گیوه (آجیده، لته‌ای و چرمی)	*	*	تهیه کفی گیوه با استفاده از نوارهای باریک کرباس و یا پارچه‌های کهنه که با درفش وسط آنها را سوراخ کرده و دوال چرمی را از آن رد کرده‌اند.	کردستان، مرکزی
۵۹	تذهیب	*	*	طلاکاری و طراحی نقوش اسلیمی و ختایی بر روی حواشی اوراق کتاب یا مینیاتور	اصفهان، تهران
۶۰	تراش پشت آینه	*	*	ایجاد طرح و نقش‌های اصیل و سنتی ایرانی، با تراشیدن اضافات طرح موردنظر از پشت آینه	فارس
۶۱	تراش دامله	*	*	ایجاد خط، سطح، حجم و فرم بر روی سنگ‌های نیمه‌قیمتی (نرم)	اکثر استان‌ها
۶۲	تراش زاویه (فست)	*	*	زاویه‌تراشی و ایجاد سطح مسطح بر الماس و سنگ‌های قیمتی (سخت)	اکثر استان‌ها
۶۳	تراش سنگ-های قیمتی و نیمه‌قیمتی	*	*	تراش و آماده‌سازی سنگ‌هایی نظیر زمرد، آماتیس، فیروزه، یشم و ... جهت استفاده در ساخت زیورآلات به وسیله دستگاه‌های تراش	اکثر استان‌ها
۶۴	تراش شیشه	*	*	ایجاد نقوش سنتی به وسیله تراش سطح شیشه به وسیله دستگاه‌های مخصوص تراش	تهران
۶۵	ترکه‌بافی	*	*	تهیه و تولید انواع سبد، زنبیل، حباب چراغ، کلاهک آباژور و ... با استفاده از ساقه و پوست گیاهانی چون آلبالو، بید و ...	



ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۶۶	ترمه‌بافی	*	*	بافت پارچه‌ای ظریف و پر از نقش و نگاره‌های سنتی با استفاده از الیاف پشم یا ابریشم	کرمان، یزد، تهران (کارگاه هنرهای سنتی میراث فرهنگی)
۶۷	تزیینات بنا		*	تزیینات داخل یا خارج بنا با استفاده از ملات گچ، آهک، ساروج، خاک رس، گل آهرا و ...	اصفهان، قزوین، یزد
۶۸	تسبیح سازی (چوبی)	*	*	به رشته کشیدن دانه‌هایی از چوب عسّر، هسته خرما، فرم داده شده و دیگر مواد طبیعی	اکثر استان‌ها
۶۹	تسبیح سازی (سنگی)		*	به رشته کشیدن دانه‌هایی از انواع سنگ‌های فرم داده شده	اکثر استان‌ها
۷۰	تسمه‌دوزی	*	*	دوخت نوارهای چرمی باریک (مانند تسمه) برای تزیین پیشانی‌بند و زیر سینه اسب و امروزه در طراحی و تزیین لباس	اکثر استان‌ها
۷۱	تشعیر	*	*	تزیین حاشیه توسط نقوش سنتی (اسلیمی و ختایی)، انواع گل، برگ، درخت، حیوانات و پرندگان با استفاده از انواع رنگ‌ها به خصوص ۲ تا ۳ رنگ طلایی (اشرفی، شنگرف)	اصفهان، تهران
۷۲	توردوزی	*	*	دوخت نقوش روی تور با نخ‌های رنگی، نگین، آیینی‌های کوچک و ... و نصب آن بر روی پارچه یا لباس	سیستان و بلوچستان (سراوان، خصوصاً ناهوک)
۷۳	جاجیم‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای است تارنما (معمولاً) دارای نقوش لوزی و راه‌راه، که با استفاده از الیاف پشم و یا ابریشم بافته می‌شود.	اردبیل، عشایر (خلخال، مشکین شهر، پارس‌آباد مغان، نمین، کوثر، بیله‌سوار)، سمنان، مازندران، خراسان شمالی، چهارمحال و بختیاری
۷۴	جُل‌بافی (جُل اسب)	*	*	تولید فرآورده‌ای با روش بافت گلیم، قالی، جاجیم، سوزنی، نمد و یا حتی وصل کردن تکه‌های پارچه به هم به منظور تزیین و گرم نگاهداشتن و گرفتن عرق اسب	کرمان، عشایر آذر بایجان (دشت مغان)، گُرده‌های خراسان، گلستان (ترکمن‌ها)، فارس (عشایر ورامین و ایل افشار)
۷۵	جلدسازی چرمی سنتی		*	تهیه جلد کتب دست‌نویس، قرآن و ... با استفاده از چرم قالب زده شده و نقوش بوجود آمده، طلایی یا لاجوردی (یا رنگ‌های دیگر). مخمل زرکوب و ... با روش‌های جلد ضربی، جلد سوخت، جلد لاک‌ی، جلد زرکوب و جلد موج	اصفهان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۷۶	جُنده‌کاری (برجسته- کاری)		*	نوعی قلم‌زنی روی فلز که نقوش آن با زمینه، اختلاف سطح داشته (برجستگی و فرو رفتگی) و نقوش دارای بُعد هستند.	اصفهان، فارس، تهران
۷۷	جَهلِه‌سازی	*	*	کوزه‌ای سفالین دارای قاعده‌ای کروی و غیرایستا جهت آبخوری در روستای شهوار هرمزگان	هرمزگان (شهرستان میناب، روستای شهوار)
۷۸	جُوک‌کاری		*	تولید اشیاء با استفاده از چوب با ثنالیته رنگی متفاوت (گردو، عناب، نارنج، فوفل، توت و ...) و ایجاد نقوش هندسی بر روی آن با مقطع‌های مثلث، مستطیل و لوزی	فارس (آباده)
۷۹	جیم‌بافی	*	*	پارچه‌ای پنبه‌ای شبیه به کرباس (یا جین) برای تهیه لباس در خضرآباد یزد	یزد (خضرآباد)
۸۰	چادرشب‌بافی	*	*	پارچه‌ای زیبا و رنگارنگ با نقوش هندسی (عموما چهارخانه) به عنوان روانداز، جای رختخواب و یا پیچیدن دور کمر در مازندران و گیلان	مازندران، گیلان (رودسر و قاسم‌آباد)، خراسان
۸۱	چاروق‌دوزی	*	*	پای‌پوشی است چرمی (چرم یک تکه) که روی آن با نخ‌های گلابتون و ابریشم رودوزی و تزیین می‌شود.	زنجان، خراسان شمالی
۸۲	چپر‌بافی	*	*	پارچه‌ای دست‌بافت از جنس تار پنبه‌ای و پود پشمی در استان مازندران برای تولید لباس‌های محلی	مازندران
۸۳	چرخ‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای است که نقوش از به هم پیوستن لوزی‌های رنگی به وجود می‌آیند (عشایر قشقایی فارس)، تارها نخ پنبه‌ای پُر تاب و سفید، و پودها اپشم الوان هستند. (...)	فارس (عشایر فیروزآباد، قیروکارزین، فراشبند، شیراز و ...)
۸۴	چشمه‌دوزی	*	*	رجوع شود به تعریف سُکمه‌دوزی	
۸۵	چَفیه‌بافی	*	*	پارچه‌ای در دو رنگ با تار و پود پنبه‌ای سربند مردان جنوبی کشور برای جلوگیری از آفتاب شدید	سیستان و بلوچستان، هرمزگان، بوشهر
۸۶	چَلَن‌گری (آهن‌گری ستی)		*	تهیه محصولات نظیر داس، چکش، پایه گلدان، پارتیشن، حفاظ پنجره و ... به وسیله شکل دادن به فلز حرارت دیده	تهران، همدان
۸۷	چَم‌بافی	*	*	بافت وسایل مصرفی مانند سبد و ... با استفاده از ساقه‌های چَم (شبیه به ساقه‌های بید)	آذربایجان شرقی (مراغه)
۸۸	چموش‌دوزی	*	*	پای‌پوشی است مختص شهر ماسوله در گیلان با رویه و زیره از چرم و منگوله‌تزیینی در روی آن	گیلان (ماسوله)
۸۹	چنته‌بافی	*	*	دو قطعه قالی کوچک مستطیل شکل که از سه طرف (مثل پاکت) بهم دوخته شده باشد و دارای دسته و دو منگوله تزیینی است، نوعی کیف	اکثر روستاها، چهار محال و بختیاری، مازندران (لغور سوادکوه)

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۹۰	چینه‌بافی	*	*	دو قطعه گلیم کوچک مستطیل شکل که از سه طرف ( مثل پاکت) بهم دوخته شده با شد و دارای دسته و دو منگوله تزئینی است، نوعی کیف	اکثر روستاها، چهار محال و بختیاری، مازندران (لفور سوادکوه)
۹۱	چوقابافی (چوغابافی)	*	*	کت بلند و بی‌آستین پشمی مخصوص عشایر و چوپانان که به صورت عبا بر روی لباس می‌پوشند (معمولاً دو رنگ سفید و سیاه)	لرستان، چهار محال و بختیاری، خوزستان، مازندران
۹۲	چیق‌بافی	*	*	ساخت دیواره چادر و زیستگاه عشایر با استفاده از الیاف حصیری و پیچیدن الیاف رنگی پشم و موی بز به دور آن و اتصال آنها به یکدیگر	ایلام، کردستان، گلستان
۹۳	حجاری سستی (سنگ تراشی)		*	تراش سنگ به ابعاد لازم و سپس ایجاد نقش بر روی آن به منظور تزئین دیوار مساجد، آرامگاه‌ها، سر ستون‌ها، تابلوهای تزئینی، شومینه، و...	اصفهان، تهران، خراسان رضوی
۹۴	حجم‌سازی سستی	*	*	تهیه احجام سستی با استفاده از تکنیک‌های سفال‌گری	اکثر استان‌ها
۹۵	حرّمی‌بافی لرستان	*	*	دست‌بافته‌ای است قدیمی در شهرستان بروجرد دارای طرح ترنج یا راه راه و رنگ‌های سرمه‌ای و قرمز (اغلب) و نقوش شانه، پروانه و سه‌گوش (شبییه احرامی خوزستان)	لرستان
۹۶	حصیربافی	*	*	ساخت محصولات مانند زنبیل، کیف، جای نان، زیرانداز، دیوارکوب و ... با استفاده از بافت رشته‌های حاصل از الیاف گیاهی به کمک دست و ابزار ساده سستی	آذربایجان شرقی، بوشهر، سیستان و بلوچستان، خوزستان، کردستان، هرمزگان، خراسان، کرمان، یزد، فارس، مازندران، گیلان، قزوین، تهران و ...
۹۷	حصیه‌بافی	*	*	بافت نوعی نوار دستبافت با استفاده از دستگاه نساجی کوچک با نخ‌های طلایی برای تزئین لباس و ... در استان هرمزگان	هرمزگان
۹۸	حکاکی روی سنگ		*	ساخت ظروف سنگی از سنگ خاکستری رنگ (لاوز یا لاپیس) با استفاده از روش حکاکی، تراشیدن و صیقل دادن سنگ	قم، خراسان رضوی، تهران، فارس، اصفهان
۹۹	حکاکی روی فلز	*	*	نقر کردن (حکاکی) فلزاتی مانند طلا، نقره و مس به جهت تزئین آن (ظروف تزئینی یا کاربردی)	اصفهان، زنجان، تبریز، خراسان رضوی، تهران

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۰۰	حمام سَری (جاجیمچه)	*	*	دست‌بافته‌ای به ابعاد ۷۰×۱۱۰ سانتی‌متر از جنس موی بُز؛ زیراندازی کوچک برای استفاده در سربین حمام	سمنان (دروار دامغان، کلاته خیج شاه‌رود)، مازندران (آلاشت- رسکت علیای ساری)، گلستان (زیارت)
۱۰۱	حوربافی	*	*	بافت خورجینی کوچک با استفاده از تکنیک قالی یا گلیم برای باربردن توسط اسب یا الاغ	عشایر استان‌های مختلف، کهگیلویه و بویر احمد
۱۰۲	حوله‌بافی	*	*	پارچه دست‌بافت با الیاف پنبه‌ای یا کتانی (جاذب الرطوبه) بر روی دستگاه نساجی سنتی	تهران (کوهان، آب‌سردار دماوند)
۱۰۳	خاتم‌سازی	*	*	تهیه و استفاده از روکش مثلث‌های کوچک از جنس چوب، فلز و استخوان بهم چسبیده در سطح جعبه، قاب عکس و ...	اصفهان، شیراز
۱۰۴	خاتمی‌دوزی	*	*	دوخت و اتصال قطعات ریز و درشت و رنگارنگ پارچه‌هایی به اشکال هندسی به یکدیگر (شبیه به خاتم) تا حصول قطعه‌ای بزرگ به منظور روتختی، رومیزی، تابلوهای تزئینی و ...	اکثر استان‌ها
۱۰۵	خامه‌دوزی سیستان	*	*	رودوزی نقوش هندسی با الیاف ابریشم رنگ نشده (خام)، بر روی پارچه ابریشمی رنگ نشده (خود رنگ)	سیستان و بلوچستان (زابل)
۱۰۶	خراطی چوب	*		شکل دادن چوب با استفاده از دستگاه دورانی تراش افقی چوب	اردبیل، خراسان رضوی، قم
۱۰۷	خراطی سنگ	*		حجم دادن سنگ با استفاده از دستگاه دورانی تراش افقی سنگ	اصفهان، خراسان رضوی، تهران
۱۰۸	خرسک‌بافی	*	*	نوعی دست‌بافته با پُرزهای بلند با استفاده از الیاف خود رنگ پشم	چهارمحال و بختیاری
۱۰۹	خرمهره‌سازی	*		ساخت مهره‌های کُروی (یا اشکال دیگر) فیروزه‌ای رنگ با استفاده از پودر سنگ، سریش، پودر گیاه اشنو و ...	قم
۱۱۰	خورجین‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای برای حمل بار در پشت چهار پایان یا دوچرخه و ... با استفاده از تکنیک قالی، گلیم، سوزنی، سوماک و یا تلفیقی از آنها	هرمزگان (حاجی آباد میناب)، اصفهان (جرقویه)
۱۱۱	خُوس‌بافی	*	*	رجوع به تعریف شک‌بافی	
۱۱۲	خوس‌دوزی	*	*	رودوزی با استفاده از نخ طلایی یا نقره‌ای (نخ خوس) بر روی پارچه توری مشکی و با نقوش هندسی برای تزئین روسری و ...	کردستان، هرمزگان، سیستان و بلوچستان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۱۳	خوشنویسی	*	*	نگارش یک متن و زیانویسی همراه با خلق اثری هنری با ارزش‌های زیبایی‌شناختی	اکثر استان‌ها
۱۱۴	دارایی‌با فی (ایکات)	*	*	بافت نوعی پارچه دست‌بافت که الیاف تار (چله) قبل از بافت رنگ‌رزی (با تکنیک گره زدن) شده باشند	یزد
۱۱۵	دانه‌دوزی	*	*	دوخت سرمه به اندازه یک میلی‌متر در فواصل پراکنده برای تخمک‌های گل (درودوزی‌ها)	گلستان (گنبدکاووس، بندر ترکمن، گمیشان، آق‌قلا، کلاله و ...)
۱۱۶	دباغی سنتی		*	به عمل آوری پوست حیوانات حلال‌گوش به وسیله زدودن پشم، آتش دادن، نمک زدن و نرم کردن با محلول بُراکس و روغن کرچک	
۱۱۷	درویش‌دوزی	*	*	رجوع شود به تعریف سکه‌دوزی	
۱۱۸	دندان‌گری - خُورد	*	*	منقوش کردن پارچه توسط ایجاد گره‌هایی کوچک در سطح پارچه و فرو بردن در رنگ	گیلان (پشکی)، یزد
۱۱۹	ده یک‌دوزی (برجسته - دوزی)	*	*	رودوزی لباس‌های فاخر مخمل و ... با استفاده از نخ‌های طلایی و نقره‌ای، که با داشتن اندکی پنبه زیرکار، نقوش آن برجسته به نظر می‌آید و عبور مکرر نخ از روی آن صورت می‌گیرد.	اصفهان، قزوین، تهران، یزد، کاشان، بندر عباس
۱۲۰	دواتگری		*	ساخت و سایل فلزی با استفاده از چکش‌کاری با روش سرد (معمولاً برای زیر ساخت قلمزنی و ...)	اصفهان، شیراز، تبریز، اراک، تهران
۱۲۱	دوردوزی	*	*	دوخت محیط نقوش در راستای تکمیل دوخت؛ و یا دوخت دندان موشی لبه‌های پارچه برای جلوگیری از ریش ریش شدن پارچه	اصفهان، قزوین، تهران، کاشان، یزد
۱۲۲	دوره‌چین بافی (وارونه‌بافی)	*	*	دست‌بافته‌ای ظریف شبیه پشت قالی با نقوش هندسی و الیاف پشمی، که به روش پود پیچی و به وسیله آینه‌ای در زیرکار، پودها را از زیر یک جفت تار می‌پیچند.	فارس (عشایر)
۱۲۳	رسمی‌بندی		*	قسمت بالای کاربندی زیر گنبد که بر اثر تقاطع چند قوس به وجود آمده روی ترنیه‌ها و پابریک‌ها قرار دارد و در حد فاصل هشت‌ضلعی و پایه مدور گنبد واقع است.	اصفهان، یزد، کاشان
۱۲۴	رفوگری	*	*	مرمت عیوب و آسیب‌های قالی	اکثر استان‌ها
۱۲۵	رَنَد (سراندازبافی)	*	*	بافت قالی یا گلیم کوچک و درازی که بالای قالی بزرگ (به جهت حفاظت از آن در اثر تردد) و در عرض اتاق پهن می‌شود.	چهار محال و بختیاری

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۲۶	رنگرزی سنتی		*	دندان، رنگ و تثبیت کردن الیاف طبیعی (پنبه، پشم، ابریشم) با رنگ‌های طبیعی (پوست گردو، برگ مو، اسپرک، روناس، نیل و ...)	اکثر استان‌ها
۱۲۷	رودوزی پُرکار	*	*	به آن گروه از رودوزی‌ها اطلاق می‌شود که زمینه کار مشخص نیست و دوخت‌های الوان موجب پیدایش نقش و طرح می‌شوند.	اکثر استان‌ها
۱۲۸	رودوزی های الحاقی	*	*	رودوزی‌های که از اشیای تزئینی مانند سکه، پولک، منجوق، مروارید و ... برای تزئین پارچه استفاده می‌کنند.	اکثر استان‌ها
۱۲۹	رویه گیوه‌بافی	*	*	بافت سینه گیوه، پا شنه گیوه، رج هم‌ترازی و ساق با تکنیک زنجیره‌بافی	اراک، کرمانشاه (پاوه، هرسین)، فارس (وفس)، لرستان (بروجن)
۱۳۰	زرتشتی‌دوزی (گبردوزی)	*	*	رودوزی لباس سنتی زرتشتیان (خصوصاً لباس عروس) با استفاده از انواع تکنیک‌های رودوزی و نقوش خاص (طاووس، خورشید و ...)	یزد
۱۳۱	زَرک‌دوزی (ساتن‌دوزی)	*	*	دوخت میانه نقوش گل با حاشیه دالبر و مُضَرَس روی تور ساده یا ترمه با استفاده از الیاف ابریشم یا طلایی	اکثر استان‌ها
۱۳۲	زَره‌بافی	*	*	اتصال مفتول‌های فلزی بر اساس الگوی تن و کلاه خود	قزوین
۱۳۳	زری‌بافی	*	*	بافت پارچه‌ای نفیس و پُر نقش و نگار سنتی، با استفاده از الیاف ابریشم و گلابتون	اصفهان (کاشان)، تهران (کارگاه میراث)، کرمان، یزد
۱۳۴	زَعَره‌دوزی	*	*	دوخت سِرْمه یا پولک بر اساس نقش و مناظر طبیعی بر روی پارچه‌های سنگین مانند مخمل، اطلس، جیر، کتان و ...	اکثر استان‌های کشور خصوصاً تهران، اصفهان، هرمزگان، تبریز، کاشان
۱۳۵	زُمودگری		*	ساخت اتصالات فلزی در و پنجره‌های قدیمی مانند کوبه، گل میخ، لولا، پاشنه، چفت، بست و ...	اصفهان، فارس، یزد
۱۳۶	زنگال‌بافی	*	*	بافت نوعی ساق‌بند (مانند جوراب) با پنج‌میل و الیاف خود رنگ پشمی برای حفاظت ساق پا از سرما، تیغ گیاهان و حشرات گزنده	آذربایجان غربی
۱۳۷	زیرانداز نمدی	*	*	تهیه زیرانداز با روش وَرَز دادن الیاف پشم بهاره و بلند گو سفند با آب گرم و صابون (و زرده تخم مرغ) تا در هم فرو رفتن کامل الیاف	مازندران، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، گلستان، سمنان
۱۳۸	زیلوبافی	*	*	تنها زیرانداز دو رو که با استفاده از نخ تار و پود پنبه‌ای در دو رنگ متضاد بافته می‌شود.	اصفهان (کاشان)، یزد (مبید، اشکذر، خرائق)

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۳۹	زین‌سازی		*	ساخت زین اسب با استفاده از چرم و فلز به روش‌های سنتی	آذربایجان غربی (ارومیه)، گلستان (گنبد کاووس روستای قورقجه)
۱۴۰	زیورآلات سنتی	*	*	تهیه زیورآلات محلی با استفاده از فلزاتی نظیر طلا، نقره، برنج، مس و... (و گاه نشان دادن سنگ‌های عموماً نیمه‌قیمتی) با ابزاری ظریف و به روش‌های سنتی	گلستان، خراسان، سیستان و بلوچستان، کردستان، کرمانشاه، یزد
۱۴۱	زیورآلات نمدی	*	*	تهیه زیور آلات و ... با استفاده از نمدهای رنگی	اکثر استان‌ها
۱۴۲	ژنده‌بافی	*	*	نوعی زیرانداز با قیمت پایین و استحکام زیاد که با استفاده از الیاف ضخیم (گاه نوارهای پارچه‌ای) در قزوین بافته می‌شود.	قزوین
۱۴۳	ژوردوزی	*	*	نوعی دوخت تزینی که با بیرون کشیدن تار و پود در فواصل مناسب پارچه‌های معمولاً کتان و نخی حالت تور به خود می‌گیرد.	اکثر استان‌ها
۱۴۴	ساجیم‌بافی	*	*	جاجیم با مربع یا مستطیل‌های رنگی بر زمینه ساده در کلاردشت برای رختخواب پیچ، روتختی، رومیزی و ...	مازندران (حسن کیف کلاردشت، شکرکوه و کوه‌پر)
۱۴۵	ساخت سازهای سنتی	*	*	ساخت سازهای سنتی ایران (عود، یاقوت، دوتار، سه‌تار، دهل، کمانچه و...) و تزئین با استفاده از چوب گردو، فوفل، مفتول فلزی، استخوان (خاتم، منبت، معرق و...)	اصفهان، خراسان شمالی، تهران، کردستان
۱۴۶	ساده دو رو	*	*	دست‌بافته‌ای است از جنس پشم، پنبه (تار) و ابریشم با نقوشی متفاوت در مناطق ایران که با روش‌های پودگذاری، پود پیچی، سوماک، گره آزاد و ...	اکثر استان‌ها
۱۴۷	ساروج‌بری		*	تزینات معماری بیرونی بنا و یا قسمت‌های مرطوب داخل، با ملات ساروج (مانند گچ‌بری)	اصفهان، تهران، قزوین
۱۴۸	سازهای آرشه‌ای (کمانی)	*	*	ساخت سازهای آرشه‌ای با استفاده از چوب‌های مختلف با (طنین‌های مخصوص)	اکثر استان‌ها
۱۴۹	سازهای بادی	*	*	ساخت سازهای بادی سنتی با استفاده از چوب‌های مختلف با تراش و تو خالی ساختن انواع چوب و یا نی تا رسیدن به نوای دلخواه	اکثر استان‌ها
۱۵۰	سازهای زهی	*	*	ساخت سازهای زهی با استفاده از انواع چوب و عمل‌آوری آن (برای بدنه و روده یا سیم‌های مسی برای زه)	اکثر استان‌ها

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۵۱	سازهای سنتی ایران	*	*	ساخت سازهای سنتی ایرانی با استفاده از چوب‌های مختلف (با طنین‌های خاص)، ساخت کاسه، دسته، اتصالات، سیم‌گیر، شیطانک و رنگ‌کاری آن به وسیله لاک طبیعی	اکثر استان‌ها
۱۵۲	سازهای کوبه‌ای	*	*	ساخت سازهای کوبه‌ای با روش کشیدن پوست بر روی کاسه‌ساز، نصب کمانه، حلقه و گل میخ‌ها	اکثر استان‌ها
۱۵۳	سب‌دبافی	*	*	رجوع شود به ترک‌دبافی	اکثر استان‌ها، آذربایجان غربی، خراسان
۱۵۴	سِتاره‌دوزی	*	*	دوخت اشکالی ستاره مانند با نخ‌های فلزی بر روی روسری، لباس و ... در شهرهای جنوبی کشور	اکثر استان‌ها، بوشهر، سیستان و بلوچستان، هرمزگان
۱۵۵	سَراجی سنتی (مصنوعات چرمی)	*	*	فرآوری چرم دباغی شده و تولید انواع کیف، کمر بند، کفش و ...، نصب قطعات سوزن‌دوزی، جاجیم یا گلیم بر روی آن	تهران، همدان
۱۵۶	سَرافِ دوزی	*	*	دوخت دواير و شعاع‌های حلقوی نماد خورشید با ابریشم تابیده الوان برای تزئین لباس‌های محلی شهرهای جنوبی کشور	سیستان و بلوچستان
۱۵۷	سراندازبافی	*	*	بافت قالی یا گلیم کوچک و درازی که بالای قالی بزرگ (به جهت حفاظت از آن در اثر تردد) و در عرض اتاق پهن می‌شود.	چهارمحال و بختیاری
۱۵۸	سِرْمه‌دوزی	*	*	دوخت سِرْمه (نوعی مفتول فلزی توخالی) بر اساس طرح بر روی لباس یا پارچه به جهت تزئین	اکثر استان‌ها
۱۵۹	سفال کپورگان	*	*	تهیه ظروف مصرفی سفالی با استفاده از خاک رس منطقه کپورگان و با تکنیک فته‌ای با نقوس ساده هندسی	سیستان و بلوچستان (سراوان کپورگان)
۱۶۰	سفال لالچین همدان	*	*	تهیه ظروف مصرفی با استفاده از تکنیک سفال با نقوش خاص منطقه	همدان (لالچین)
۱۶۱	سفال لعاب‌دار	*	*	ظرفی که با خاک‌های ترکیبی (اولیه) تهیه شده و در کوره پخته شده، لعاب خورده و دوباره به کوره رفته باشد.	اکثر استان‌ها، یزد (مید)، فارس (اصطهبانات)، آذربایجان شرقی (زنوز)
۱۶۲	سفال مینایی	*	*	ساخت و تهیه ظروف سفالی با استفاده از تکنیک‌های مختلف نقاشی، هفت‌رنگ، زراندود و ...	اصفهان، گلستان
۱۶۳	سفال نقش برجسته	*	*	ساخت سطوح صاف سفالی دارای نقش برجسته به منظور تزئین بنا یا ساخت تابلوهای سفالین	تهران، سمنان



ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۶۴	سفالگری چرخشی	*	*	ساخت ظروف و اشیاء از گِل به کمک چرخ سفالگری گِل پخته شده فرم داده شده	همدان (لالجین)، اصفهان (قمشه شهرضا)، مازندران (جویبار)، گیلان (سیاهکل)، خراسان (مند گناباد)، فارس (اصطهبانات)، سیستان و بلوچستان (کلپورگان سراوان)، بندر عباس (شهرار میناب)، تهران، قم و ...
۱۶۵	سفالگری دستی	*	*	ساخت ظروف و اشیاء از گِل به کمک دست گِل پخته شده فرم داده شده	همدان (لالجین)، اصفهان (قمشه شهرضا)، مازندران (جویبار)، گیلان (سیاهکل)، خراسان (مند گناباد)، فارس (اصطهبانات)، سیستان و بلوچستان (کلپورگان سراوان)، بندر عباس (شهرار میناب)، تهران، قم و ...
۱۶۶	سفره آردی	*	*	نوعی گلیم سوزنی به ابعاد ۱۰۰ × ۱۴۰ سانتی‌متر در استان چهارمحال و بختیاری که به علت تقدس نان، عمل خمیر کردن و پخت نان بر روی آن انجام می‌شود.	چهار محال و بختیاری (عشایر)
۱۶۷	سفره گردی	*	*	نوعی گلیم سوزنی به ابعاد ۱۲ × ۱ متر در استان خراسان شمالی که به علت تقدس نان، عمل خمیر کردن و پخت نان بر روی آن انجام می‌شود.	خراسان شمالی (شیروان)
۱۶۸	سُکمه‌دوزی	*	*	نخ‌کشی پارچه، بیرون آوردن تار یا پود و دوخت اطراف قسمت‌های کشیده شده، بر اساس طرح	اصفهان
۱۶۹	سِکِه‌دوزی (اشرفی‌دوزی)	*	*	دوخت و نصب انواع سکه، دکمه، صدف، خرمهره، قطعات ریز و درشت آینه، پولک و ... بر روی لباس در لباس‌های محلی	کردستان، سیستان و بلوچستان، عشایر چهار محال و بختیاری
۱۷۰	سیواس‌بافی	*	*	پای‌افزاری است بافته شده با برگ درخت خرما	هرمزگان
۱۷۱	سوخت روی چرم	*	*	انتقال نقوش سنتی به وسیله فشردن و کوبیدن مُهر یا هویه داغ فلزی بر روی چرم و اندود کردن شکاف‌های ایجاد شده به طلای مایع	اصفهان، تهران
۱۷۲	سوخت روی چوب	*	*	انتقال نقوش سنتی به وسیله فشردن و یا هویه داغ فلزی بر روی چوب و نی	گیلان، مازندران، اصفهان، تهران

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۷۳	سوزندوزی	*	*	آراستن سطح پارچه با استفاده از نخ‌های الوان یا اشیای الوان با کمک سوزن یا قلاب	اکثر استان‌ها
۱۷۴	سوزندوزی اصفهان	*	*	سوزندوزی نقوش استفاده از نخ‌های ابریشمی و گاه پشمی ظریف، با رنگ‌های شاد بر روی پارچه	اصفهان
۱۷۵	سوزندوزی ترکمن	*	*	رودوزی مصور و تزئین لباس‌های زنان ترکمن، نوار چادرها، پوشش اسب و شتر و ...	گلستان
۱۷۶	سوزندوزی سیستان و بلوچستان	*	*	سوزندوزی نقوش هندسی، با استفاده از نخ‌های ابریشمی و گاه پشمی ظریف، با رنگ‌های شاد بر روی لباس‌های محلی بلوچستان	سیستان و بلوچستان
۱۷۷	سوزنی	*	*	گلیمی است دارای سه دسته نخ، تار(چله)، پود اول تک‌رنگ (زمینه) و پود دوم (الوان)، مانند سفره گردی	خراسان شمالی، گلستان
۱۷۸	سیاه‌چادربافی	*	*	دست‌بافته‌ای بسیار ساده با موی بز برای استفاده در سقف چادر عشایر	عشایر استان گلستان، فارس، ایلام و ...
۱۷۹	سیاه‌دوزی ترکمن	*	*	دوخت محیط نقوش در رودوزی‌های ترکمن	استان گلستان (شاهکوه)
۱۸۰	سیاه‌دوزی سیستان	*	*	نوعی سوزندوزی است که در آن صرفاً از نخ سیاه ابریشم استفاده می‌شود (برعکس خامه‌دوزی) و روی لباس مورد استفاده قرار می‌گیرد.	سیستان و بلوچستان
۱۸۱	سیس‌بافی	*	*	به هم تنیدن (بافت) طنابی ضخیم (سازو) و یا پادری، با استفاده از رشته الیافی (سیس، گیس درخت خرما) که در اطراف تنه درخت خرما می‌روید.	بوشهر، سیستان و بلوچستان، هرمزگان، یزد
۱۸۲	شال‌بافی	*	*	بافت نوعی شال از الیاف خود رنگ و یا الوان (به منظور بستن سر و یا دور کمر در مراسم‌های مختلف) به وسیله دستگاه نساجی سنتی	گیلان
۱۸۳	شال ترمه‌بافی	*	*	بافت ترمه به روش انگشتی (انتخاب تارها با انگشت) با دستگاه نساجی سنتی دو وردی	کرمان (هوتک)
۱۸۴	شرابه‌دوزی	*	*	دوخت انواع شرابه و منگوله جهت تزئین بر لبه لباس، پرده و ...	اکثر استان‌ها
۱۸۵	شرقه‌دوزی	*	*	رودوزی حاشیه لباس، رومیزی، پرده، سجاده و ... با تکنیک‌های مختلف (شرقه گل‌دسته‌ای، شرفه حلقوی، دالبری، شمشیری و ...)	اصفهان، کاشان، آذربایجان شرقی، گرگان، خراسان، زاهدان، هرمزگان (بندر عباس)، یزد

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۸۶	شیربافی	*	*	بافت پارچه ابریشمی با دستگاه نساجی سنتی (معمولا دارای حاشیه رنگی)	اصفهان (کاشان)، یزد
۱۸۷	شک‌بافی	*	*	بافت نواری باریک، که از جابجایی چندین قرقه طلایی و نقره‌ای در استان هرمزگان تولید می‌شود.	هرمزگان
۱۸۸	شک‌دوزی	*	*	دوخت نوارهای شک بر روی لباس به نسبت پهنا و رنگ آن بر روی لبه آستین، دمپای شلوار و یقه در استان‌های جنوبی کشور	هرمزگان
۱۸۹	شم‌بافی	*	*	پارچه دست‌بافت پنبه‌ای (گاه ابریشمی) برای روانداز تابستانی در یزد	یزد، خراسان، مازندران -توابع شهرستان بابل (رامیان، کرده کلا، گاوان، سید کلا)
۱۹۰	شم‌دوزی	*	*	تداعی کردن نقوش خورشید و تلؤلؤ آن با استفاده از ابریشم نتابیده ارغوانی (ابریشم بدون تاب) و سبز و نخ گلابتون بر روی لباس و یا پارچه	اصفهان (کاشان)، آذربایجان غربی، رشت، کرمان، هرمزگان، سیستان و بلوچستان (زابل و ایرانشهر)
۱۹۱	شیردنگ‌بافی	*	*	دست بافته‌ای کم‌عرض (نوار مانند) که به یکدیگر متصل شده و در تزئین جلوی سیاه چادر و مراسم‌های شادی کاربرد دارد.	چهارمحال و بختیاری
۱۹۲	شیریکی پیچ	*	*	زیراندازی است که دار آن مانند گلیم و بافت آن شبیه به قالی است، پود آن پیچشی بوده و سرگره‌ها در پشت کار رها می‌شوند.	کرمان
۱۹۳	شیشه حرارت مستقیم	*	*	بلورسازی سنتی ساخت و پرداخت خمیر شیشه و نهادن آن در گرمخانه تا سرد شدن تدریجی	تهران
۱۹۴	شیشه درمه-بافی	*	*	دست‌بافته پشمی عشایر استان فارس با نقوش هندسی (لوزی و ستاره) و افزودن گل‌منگوله‌های رنگی حین بافت	فارس (فیروزآباد، قیروکارزین و شیراز)
۱۹۵	شیشه‌گری فوتی	*	*	ساخت انواع ظروف با استفاده از روش دمیدن در خمیر مذاب شیشه	تهران، فارس (میمند)
۱۹۶	صحافی سنتی	*	*	تهیه آستر بدرقه و دوختن جزء به جزء کتاب، چسباندن آستری، شیرازه‌بندی و ...	تهران (کتابخانه مجلس)
۱۹۷	صدف‌دوزی	*	*	نصب انواع صدف‌های ریز و درشت، گوش ماهی، و ... بر روی لباس، کمربند، چشم زخم، تابلو و ... با ایجاد سوراخ در آن، و نخ و سوزن	بوشهر، سیستان و بلوچستان، هرمزگان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۱۹۸	صنایع دستی دریایی	*	*	تولید انواع گردنبند، دستبند، تابلو، قاب آینه، چراغ، جعبه دستمال، قاب عکس و ... از انواع صدف، گوش‌ماهی، سنگ‌های رنگی، مرجان، ستاره دریایی و ...	هرمزگان (بندرعباس، قشم)، گیلان، مازندران
۱۹۹	صنایع دستی ریشه‌ای	*	*	به رشته کشیدن (ریسه کردن) دانه‌هایی از چوب غُسر، هسته خرما، فرم داده شده و دیگر مواد طبیعی	اکثر استان‌ها
۲۰۰	ضریح‌سازی		*	ساخت پوششی برای آرامگاه مقدس مسلمانان از جنس فلز، با ارایه تکنیک‌هایی چون قلم‌زنی، مینا، مشبک‌کاری	اصفهان
۲۰۱	طراحی سنتی	*	*	طراحی برای آراستن کاغذ، چوب، شیشه، و ... با انواع نمادهای سنتی ایرانی از قبیل اسلیمی، ختایی، نقوش هندسی، انسانی، نباتی، حیوانی	اصفهان، تهران
۲۰۲	طراحی فرش، گلیم و ...			طراحی قالی، گلیم و ... با انواع نمادهای سنتی ایرانی از قبیل اسلیمی، ختایی، نقوش هندسی، انسانی، نباتی، حیوانی	اصفهان، تهران
۲۰۳	عبابافی	*	*	بافت پارچه‌ای از گرگ یا موی شتر (خودرنگ) که پس از بافت، ورز داده شده و حالت نم‌دی به خود می‌گیرد.	اصفهان (نایین)، خوزستان (بهبهان)
۲۰۴	عروسک‌بافی	*	*	بافت عروسک‌های سمبولیک، با انواع الیاف رنگی و افزودن الحاقات تزئینی	گیلان (ماسوله)
۲۰۵	عریض‌بافی	*	*	پارچه‌ای از جنس پشم خالص، بدون طرح و یک‌رنگ به منظور زیر ساخت پته‌دوزی	کرمان
۲۰۶	علامت‌سازی (عَلَم‌سازی)	*		ساخت سازه‌ای فلزی و چلیپا مانند و نصب احجام فلزی مانند گلدان، کبوتر، طاووس قلم‌زنی و مشبک‌کاری شده	اصفهان، تهران
۲۰۷	فَرَت‌بافی (تُن‌بافی)	*	*	بافت نوعی پارچه دو رو در استان خراسان، با استفاده از نخ پنبه‌ای پُر تاب یا ابریشم با نقوش چهارخانه، جودانه، پیچازی و ...	خراسان شمالی (روئین اسفراین و جاجرم)
۲۰۸	فیتیل‌دوزی	*	*	دوخت و اتصال قیطان‌های الوان و گلابتون در حاشیه لباس، شال، رومیزی، و ... با نقوش بته جقه یا شمشه	آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، سیستان و بلوچستان، تهران، مازندران
۲۰۹	فیروزه‌کوبی	*	*	تزیین ظروف ساخته شده از مس، نقره، برنج یا برنز با نشان دادن قطعات فیروزه بر سطح آن	اصفهان، خراسان رضوی (مشهد)
۲۱۰	قالی‌بافی (ترکی و فارسی‌باف)	*	*	دست‌بافته‌ای گره‌دار دارای پُرزهای بلند (از جنس پشم، ابریشم یا گرگ) دارای نقوش اسلیمی، ختایی، هندسی	اکثر استان‌ها

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۱۱	قالی گل برجسته	*	*	نوعی بافت قالی که با ایجاد اختلاف سطح نقوش به وسیله قیچی زدن بُعد ایجاد می‌کنند.	
۲۱۲	قطاعی پارچه	*	*	بریدن پارچه‌های رنگین و دوخت آن بر سطح پارچه ساده	تهران، اصفهان
۲۱۳	قطاعی کاغذ	*	*	بریدن کاغذ رنگین و نصب آن بر سطحی دیگر	تهران، اصفهان
۲۱۴	قطاعی (کاغذ، پارچه و ...)	*	*	بریدن قطعاتی از چوب، فلز و ... و چسباندن آن بر سطحی دیگر	تهران، اصفهان
۲۱۵	قفل‌سازی	*	*	ساخت انواع قفل‌های ثابت شکل‌دار، گل‌ون‌دار، فنر پنخ‌شو، لوله‌ای، بنخو (قفل چهارپایان) با آهن یا مس توسط دست و ابزار آهنگری	چهار محال و بخ‌تیار (شهرگرد، چالستر)
۲۱۶	قالب‌بافی	*	*	بافت انواع کلاه، دستکش، لیف، رومیزی، روتختی و ... با الیاف طبیعی یا مصنوعی به وسیله قالب	اکثر استان‌ها
۲۱۷	قالب‌دوزی اصفهان	*	*	نوعی رودوزی با استفاده از نخ عمامه و قالب بر روی پارچه پنبه‌ای زیربافت (به رنگ سفید شکری) با الیاف رنگی و نخ گلاتون نقده تیره	اصفهان
۲۱۸	قالب‌دوزی رشت (رشتی- دوزی)	*	*	صب قطعات ماهوت رنگی بر روی پارچه ماهوت ساده و دوخت محیط نقوش به وسیله قالب با نخ ابریشمی الوان	گیلان (رشت)
۲۱۹	قلم‌زنی	*		تزیین ظروف یا وسایلی که با قلم‌های فولادی (با نوک‌های مختلف) و ضربات چکش دارای نقوش سنتی شده باشند.	اصفهان، تهران، فارس (شیراز)، مرکزی (اراک)
۲۲۰	قلمکار	*	*	منقوش نمودن پارچه با نقوش سنتی	
۲۲۱	قلمکار چاپ مُهری	*	*	منقوش نمودن پارچه با نقوش سنتی (سفره، رومیزی، پرده و ...) به وسیله مُهر و رنگ‌های پارچه	اصفهان، سمنان (دامغان)
۲۲۲	قلمکار نقاشی	*	*	انتقال نقش و طرح به وسیله قلم مو بر روی پارچه به جهت تولید پرده‌های نفیس، سفره و ... با طرح‌هایی چون بزم، رزم و شکار	
۲۲۳	قنایزبافی	*	*	پارچه‌ای کم‌عرض با الیاف ابریشم برای مصرف آستری در استان یزد	اصفهان، لرستان (بروجرد)، سمنان، خراسان (گناباد)، کاشان، گیلان، سمنان، همدان
۲۲۴	قواره‌بری	*		به کارگیری نقوش گردان (اسلیمی) در گره چینی در و پنجره‌ها- اسلیمی‌بری	اصفهان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۲۵	قبطان‌دوزی	*	*	دوخت انواع قبطان بر روی پارچه (لبه) یا لباس با استفاده از نقوش سنتی	اکثر استان‌ها
۲۲۶	کارت‌بافی	*	*	بافت نواری با نقوش هندسی و رنگارنگ با استفاده از کارت‌های مربع شکل برای تزئین لباس، بندعینک، نوار نشانه کتاب و ...	قزوین، خراسان شمالی، خوزستان، چهارمحال و بختیاری، تهران
۲۲۷	کاشی زرین-فام		*	ساخت و تهیه کاشی یا ظروف به رنگ طلایی یا سبز با افزودن سنگ چخماق به گل سفال، و قلع به لعاب آن	اصفهان (کاشان)، خراسان (نیشابور)، گلستان (گرگان)، مرکزی (ساوه)
۲۲۸	کاشی‌سازی سنتی - نقاشی		*	نقاشی بر روی آجر لعاب‌دار (کاشی) و پخت مجدد در کوره جهت استفاده از در بناهای سنتی و یا مذهبی	اصفهان، قزوین، فارس، یزد
۲۲۹	کاشی‌سازی سنتی - تراش		*	تراش و بریدن کاشی به منظور ایجاد نقش و بُعد در آن در بناهای سنتی و یا مذهبی با استفاده از انواع تکنیک‌های کاشی‌کاری	اصفهان، قزوین، فارس، یزد
۲۳۰	کاشی مُشبک		*	نوعی کاشی منقوش که شبکه‌شبهه شده و دارای نقوش سنتی اسلیمی و ختایی باشد.	
۲۳۱	کاشی معرق		*	نصب قطعات بزرگ یا کوچک کاشی‌های رنگی تراشیده شده بر اساس طرح در کنار یکدیگر	اصفهان، تهران
۲۳۲	کاشی مُعَلّی (بنایی)		*	تلفیقی از آجر نما با کاشی در نما سازی ابنیه به جهت جلوگیری از پریدن و یا خرد شدن لعاب کاشی در اثر سرما و گرما و تزئین	اصفهان، فارس، یزد
۲۳۳	کاشی مینایی		*	تک‌کاشی نقاشی شده با نقوش هندسی، گل و گیاه، اسلیمی و ختایی بر زمینه آبی	اصفهان، فارس، یزد
۲۳۴	کاشی هفت-رنگ		*	ساخت نوعی کاشی رنگارنگ و تزئینی که هر یک قسمتی از طرح کلی را در خود دارند.	اصفهان، فارس، خراسان رضوی
۲۳۵	کاغذسازی دستی	*	*	ساخت کاغذ دست‌ساز با استفاده از خیساندن الیاف نازک سلولزی، افزودن پودر تالک و سریشم، آبگیری، صیقل دادن و مهره‌کشی آن	اصفهان، تهران
۲۳۶	کاموا دوزی	*	*	دوخت انواع گل و بوته، طرح‌های هندسی، لچک ترنج، اسلیمی، ختایی، پر طاووسی و ... بر روی پرچم، درفش، لباس و ...	اکثر استان‌ها
۲۳۷	کپ بافی	*	*	بافت و تزئین سبدهای حصیری از برگ درخت خرما که با کامواهای رنگین پوشانده شده باشند.	خوزستان (دزفول)

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۳۸	کنیبه‌دوزی	*	*	دوخت آیات قرآن، اسامی مقدس، اشعار و داستان‌های حماسی با خطوط ثلث، طغری، نستعلیق و ... با استفاده از نخ‌های سیرمه، مليله، گلابتون و سوزن بر روی پارچه	اصفهان، تهران، خراسان رضوی (مشهد)، خوزستان
۲۳۹	کرباس‌بافی	*	*	پارچه‌ای دست‌بافت با استفاده از تار و پود پنبه‌دست‌ریس در استان یزد	یزد (اردکان، خرائق، میبد)
۲۴۰	گردی‌دوزی	*	*	نوعی دوخت ترکیبی فشرده که با الیف ابریشم الوان نقش‌دوزی شده و بر روی کلاه، دستینه، چنگه و بعضی اجزای پوشاک کُردهای شمال خراسان	خراسان شمالی (بجنورد، قوچان)
۲۴۱	کُلاش‌بافی (کفی گیوه)	*	*	تهیه پای‌پوشی کاملاً سنتی که با مواد اولیه طبیعی (چرم، موی بز، پازچه و نخ)	کردستان
۲۴۲	کلاقه‌ای یا باتیک	*	*	نقش‌دار کردن و رنگ‌آمیزی پارچه ساده (ابریشمی یا ... ) به وسیله قلم‌مو، مهر، موم و رنگ	
۲۴۳	کلاه مالی	*	*	کلاهی که با ورز دادن پشم یا کُرک بر روی قالبی چوبی به اندازه سر انسان تهیه می‌شود.	چهار محال و بختیاری ( شهر کرد، بروجن)
۲۴۴	کَم‌دوزی (کمان‌دوزی - کمه‌دوزی)	*	*	نواری متشکل از پولک‌های ریز و درشتی که با نخ گلابتون قلاب‌دوزی شده باشند.	اکثر استان‌ها
۲۴۵	گم‌دوزی	*	*	دوخت آخرین حاشیه با استفاده از قیطان ابریشمی یا پشمی، منجوق، سیرمه یا مليله در رودوزی‌ها	اکثر استان‌ها
۲۴۶	کنده‌کاری روی چوب	*	*	ایجاد فرم و نقوش برجسته بر روی چوب به وسیله ابزار	مازندران
۲۴۷	کو فته‌گری (طلاکوبی روی فولاد و ...)	*		تزیین یا موج‌دار کردن اشیای فولادی با مفتول نازک طلا (مس، نقره) از طریق نقر کردن فولاد و مهره کردن طلا (مس، نقره) در شیارهای بوجود آمده	اصفهان
۲۴۸	کولبارچه	*	*	دست‌بافته‌ای پاکت‌مانند و درب‌دار، برای حمل و نقل مایحتاج ضروری (مانند کوله کوهنوردان)	چهار محال و بختیاری
۲۴۹	کاربندی	*		کاربندی اشکال هندسی توسط زهی از آجر لعاب‌دار یا بدون لعاب (متفاوت از نقش و زمینه) در سقف ایوان و گنبدها	اصفهان، قزوین، فارس، یزد
۲۵۰	کدوی منقوش	*	*	ایجاد نقوش بر روی کدوهای خاص (غیر خوراکی) با قلم‌های تیز و سپس رنگ‌آمیزی آن با جوشاندن در پوست انار و دانه‌های اسپند و زاج سیاه	گیلان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۵۱	کلاغی	*	*	دستمال ابریشمی بزرگ مشکی (به رنگ پر کلاغ) و منقوش در لباس‌های محلی زنان (بعنوان سربند یا دور کمر)	آذربایجان شرقی (عشایر ایال شاهسون)، اردبیل
۲۵۲	کوب‌بافی	*	*	بافت نوعی زیرانداز (و سبد) حصیری با استفاده از گیاهان محلی مازندران بنام گاله، واش، ورن، سازیر و ...	مازندران
۲۵۳	کیسه‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای که از پشم بهاره و دست‌ریس با ظرافت زیاد تهیه شده و سازگاری زیادی با بدن انسان در استحمام دارد.	چهار محال و بختیاری (چالستر، منطقه لارلن)، فارس، یزد
۲۵۴	گالی‌بافی	*	*	سبد حصیری بافته شده با الیاف ساقه برنج برای حفظ و نگهداری غلات (گاه کلاه، زنبیل، زیرانداز)	گیلان، مازندران
۲۵۵	گبه‌بافی	*	*	زیراندازی گره‌دار دارای پُرزهایی بلند با استفاده از پشم خود رنگ با نقوش ذهنی	فارس (عشایر)
۲۵۶	گچ‌بری سنتی		*	تزیین سقف بناها، محراب‌ها، دیوارها و ... به وسیله گچ کُشته شده و با استفاده از نقوش اسلیمی و ختایی	اصفهان، یزد
۲۵۷	گچمه‌بافی	*	*	نوعی گلیم گل برجسته در کهگیلویه و بویر احمد	ایلام، فارس، کهگیلویه و بویراحمد
۲۵۸	گرگوربافی	*	*	بافت نوعی قفس از جنس مفتول‌های فلزی به روشی خاص برای ماهی‌گیری در شهرهای جنوبی	بوشهر
۲۵۹	گره‌چینی		*	تهیه قاب پنجره، قاب عکس، تابلو، پاراوان و ... با استفاده از کنار هم قراردادن زوارهای چوبی خودرنگ بر اساس نقوش هندسی	اصفهان، مرکزی، قزوین
۲۶۰	گری‌بافی (پی تاو)	*	*	دست‌بافته‌ای با عرض ۱۵ سانتی متر با تار و پود پشمی ظریف که قمستی از آن با نخ الوان رودوزی شده باشد برای پوشاندن ساق پا در نواحی سردسیر خراسان شمالی	خراسان شمالی
۲۶۱	گل اشرفی- دوزی	*	*	توردوزی و اتصال پهلوی به پهلوی و ضربدری قسمت نخ‌کشی شده پارچه پشمی با الیاف ابریشم	قزوین، خراسان رضوی
۲۶۲	گل‌بری		*	تزیین سطوح دیوارها با نقوش اسلیمی و ختایی و ... با استفاده از گل‌آخرا یا خاک رُس	اصفهان، فارس، کرمان، یزد
۲۶۳	گلابتون‌دوزی	*	*	سوزن‌دوزی لباس‌های محلی با استفاده از نخ گلابتون (نخی با مغز ابریشم و روکش طلا یا نقره) بر روی پارچه	اصفهان، شیراز، تبریز، بندر عباس، میناب، بندر لنگه، تهران، کردستان، قزوین، کاشان، یزد، شوش، شوشتر، بوشهر و هرمزگان



ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۶۴	گلابتون‌سازی		*	تهیه و ساخت نخ‌ی با مغز ابریشمین که با طلا و نقره (توسط یک نوار باریک به ضخامت ۵/۱ صدم میلی متر از جنس طلا و نقره به صورت مارپیچ‌وار و بسیار منظم روکش شده باشد.	اصفهان
۲۶۵	گل‌دوزی	*	*	سوزن‌دوزی است که عموماً ذهنی و ملهم از برداشته‌ها و بینش‌های مشخص هنرمندان از محیط طبیعت است و بیشتر شامل گندمی‌دوزی با روش توپ‌دوزی است که ساقه و خوشه‌های طلایی گندم را تداعی می‌کند.	اصفهان
۲۶۶	گلیج‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای شبیه به گلیم، ولی بافته شده با دستگاه نساجی دارای موتیف‌های هندسی و حیوانی در سمنان	سمنان (رضا آباد شاهرود)
۲۶۷	گلیم‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای با استفاده از الیاف پشمی و پنبه‌ای و گاه ابریشمی با رنگ‌های شاد و زنده، نقوش هندسی و هر دو روی قابل استفاده	اکثر استان‌ها، کردستان، فارس، کرمانشاه، اردبیل
۲۶۸	گلیم گل برجسته	*	*	نوعی گلیم با نقوش به روش بودگذاری برای زمینه، و گره ترکی یا فارسی (مانند قالی) برای ایجاد نقوش	ایلام، دهلران، شیروان، دره‌شهر، مهران، آبدانان
۲۶۹	گندمی‌دوزی	*	*	رودوزی است که با روش توپ‌دوزی، ساقه و خوشه‌های طلایی گندم را تداعی می‌کند.	اکثر استان‌ها
۲۷۰	گیوه‌بافی	*	*	پای‌پوشی است ایرانی، با الیاف پنبه‌ای خود رنگ برای رویه و کفی چرم برای زیره	اصفهان، فارس (آباد)، اصفهان، شیراز، مرکزی (اراک)، کردستان (سنندج)، چهارمحال و بختیاری
۲۷۱	گیوه‌چینی	*	*	تهیه بدنه گیوه با استفاده از نخ تابیده (نخ تنه) در ضخامت‌های مختلف با سوزن مخصوص و نصب آن بر روی تخت گیوه	فارس (وفس سنجان)، قزوین (تاکستان)، یزد (تفت، مهریز، و بخشهای نیر، روستای هنزا، بغداد آباد و بهاباد)، کردستان
۲۷۲	گیوه‌دوزی	*	*	اتصال تخت گیوه با بافت رویه چینی	اراک، لرستان، خراسان رضوی
۲۷۳	لاک‌تراشی	*	*	تولید اشیای چوبی مصرفی زندگی روزمره با استفاده از ریشه و تنه درختان با ابزار کار ابتدایی و ساده در مازندران	مازندران، گلستان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۷۴	لانه زنبوری- دوزی	*	*	رودوزی تزینی شامل شش ضلعی‌های خاص که هم زمان با دوخت، پارچه را جمع کرده و حالتی شبیه به لانه زنبور به آن می‌دهد.	اکثر استان‌ها
۲۷۵	لایه‌چینی		*	ایجاد تم‌های رنگی در تزیینات بناها با استفاده از رنگ‌های لایه لایه‌ای انواع ملات (خاک رس، گچ و ...) و سپس بُرش آنها	اصفهان- تزیینات داخلی عالی قاپو، نقوش گل و بته و شکارگاه و حیوانات و پرنده‌ها بر روی گچ (لای چینی و کُشته‌بری)
۲۷۶	لایه‌چینی چوب	*	*	تهیه وسایل مصرفی با استفاده از چسباندن قطعات چوب خود رنگ نازک بر روی یکدیگر و سپس بُرش آن	اصفهان، فارس، قزوین
۲۷۷	لباس‌های محلی	*	*	لباس‌های محلی اقوام مختلف ایران شامل تمامی مراحل ریسیدن الیاف، رنگرزی، بافت پارچه، دوخت لباس و تزیینات (انواع رودوزی‌ها)	اکثر استان‌ها
۲۷۸	لچک‌دوزی	*	*	رودوزی در ۴ گوشهٔ روسری، رومیزی، روتختی و ... که در وسط تشکیل یک طرح کامل را می‌دهد.	اکثر استان‌ها
۲۷۹	لندره‌دوزی	*	*	دوخت قطعات ریز و درشت و رنگارنگ به یکدیگر (به شکل گل، برگ و ...) تا حصول قطعه‌ای بزرگ به منظور روتختی، رومیزی، تابلوهای تزینی و ...	اکثر استان‌ها
۲۸۰	لُنگ‌بافی	*	*	پارچه‌ای راه‌راه (معمولاً قرمز و مشکی) با تار و پود صد در صد پنبه‌ای	اکثر استان‌ها، یزد
۲۸۱	لی‌بافی	*	*	کف‌پوش چادر عشایر چهارمحال و بختیاری با تارهایی از جنس موی بُز و پود پشم دست‌ریس و نقوش هندسی یا ذهنی	چهار محال و بختیاری (عشایر)
۲۸۲	ماشته‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای از جنس نخ پنبه‌ای برای تار، و پود پشمی دست‌ریس الوان در لرستان و چهار محال بختیاری	چهارمحال و بختیاری، لرستان
۲۸۳	مِقال‌بافی	*	*	بافت پارچه پنبه‌ای سبک‌وزن با تراکم زیاد، با تکنیک بافت تافته (ساده) و استفاده از نخ پنبه‌ای شانه نشده	اکثر استان‌ها
۲۸۴	مِتکازین	*	*	دست‌بافته‌ای است که با تارهای سفید پنبه‌ای پُر تاب، پود زمینه و پود اضافی که نقوش را بوجود می‌آورد.	مازندران (روستای متکازین)
۲۸۵	مَتَن‌دوزی	*	*	رودوزی که تمام متن پارچه از نقوش پُر شده با شد و دیگر زمینهٔ اصلی پارچه مشخص نباشد.	اکثر استان‌ها

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۸۶	مِجری سازی	*	*	جعبه‌ای چوبی با روکشی از چرم و تزیینات خاص و پوشش مخمل در درون، مانند صندوق	اصفهان، یزد
۲۸۷	مجسمه‌های مومی	*	*	ساخت پیکره‌هایی به ابعاد طبیعی انسان (از جنس موم) و لباس‌های محلی که نمایانگر اقوام مختلف ایران باشد.	تهران، قزوین
۲۸۸	مُخرق چوب	*	*	عمل سوخت و برش روی انواع چوب توسط سیخ داغ فلزی (امروزه هویه) و بوجود آوردن تابلو یا خط نبشته	گلستان، مازندران
۲۸۹	مُخرق نی	*	*	عمل سوخت و برش روی ساقه‌های طلایی گندم یا برنج توسط سیخ داغ فلزی (امروزه هویه) و بوجود آوردن تابلو یا خط نبشته	گلستان، مازندران
۲۹۰	مخمل بافی	*	*	پارچه‌ای ابریشمی که با تکنیک حلقه زدن تارها و اضافه نمودن پود اضافی، دارای پُرز شود.	اصفهان (کاشان)، یزد
۲۹۱	مخمل دوزی	*	*	نوعی از سوزن‌دوزی که بخیه‌های دوخته شده بر روی طرح پس از اتمام کار به گونه‌ای است که حالتی مخمل‌وار به کار می‌دهد.	اکثر استان‌ها (مشهد، اصفهان و تهران)
۲۹۲	مداخله بافی	*	*	نواری کم‌عرض و ظریف که با کارت‌هایی مربع شکل در خراسان شمالی بافته شده و به مصرف تزیین لباس‌های محلی می‌رسد.	خراسان شمالی (کلان نادر)
۲۹۳	مَرَس بافی	*	*	پارچه‌ای با موی بُز به عرض ۱۰ سانتی‌متر که به مصرف تولید لباس‌های محلی پاه و اورامانات کرمانشاه می‌رسد.	کرمانشاه (به خصوص مناطق پاه و اورامانات)
۲۹۴	مُرصَع دوزی (سنگ دوزی)	*	*	دوخت و نصب انواع سنگ‌های مصنوعی یا شیشه‌های رنگی بر روی پارچه یا لباس	اکثر استان‌ها
۲۹۵	مُرصَع کاری	*	*	نشانیدن جواهر و سنگ‌های قیمتی یا نیمه‌قیمتی بر روی وسایل مصرفی یا تزیینی	اصفهان، تهران
۲۹۶	مُروار بافی	*	*	تولید انواع سبدها، جای میوه، کلاهک آباژور و ... با ترکیه‌های باریک مُروار	مازندران
۲۹۷	مُروارید دوزی	*	*	دوخت انواع مروارید (امروزه مصنوعی) بر روی لباس، تابلو، پرده و ... با سوزن و نخ بیرنگ	اصفهان (کاشان)، تهران، آذربایجان شرقی (تبریز)، قزوین، هرمزگان، یزد
۲۹۸	مس چکشی (مسگری)		*	ساخت ظروف و ابزار کاربردی و مصرفی با چکش کاری شمش یا ورق مس	اصفهان، آذربایجان شرقی (تبریز)، تهران، خراسان رضوی، زنجان، کرمان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۲۹۹	مَسند	*	*	گلیمی است مختص منطقه اردبیل به ابعاد ۱۷۰×۱۱۰ سانتی‌متر معمولاً با نقش محراب برای جانماز و انواع دیگر برای بالای اتاق ویژه میهمانان	اردبیل (عنبران و نمین)
۳۰۰	مُشَبک چوب		*	بیرون آوردن قسمت‌های منفی طرح از روی چوب با ابزاری مانند مُغار و ارّه مویی	اصفهان
۳۰۱	مُشَبکِ سنگ		*	در آوردن فضاهای منفی طرح و نقش از سنگ صاف و صیقل خورده با ابزار مخصوص تراش سنگ	اصفهان، تهران، یزد
۳۰۲	مُشَبک فلز		*	بیرون آوردن قسمت‌های منفی ظروف قلم‌زنی شده توسط ارّه مویی و سُمبه‌های تیز	اصفهان
۳۰۳	مُضاعف‌دوزی	*	*	نوعی دوخت که بخیه‌ها در دو مرحله، رویهم و دو رنگ زده شده حالت سایه روشن و بُعد ایجاد می‌کنند.	اصفهان (جلفا)، آذربایجان غربی
۳۰۴	مَعرق پلان	*	*	نوعی سبک در معرق که در آن چوب‌ها را پلان پلان روی هم قرار داده تا به ضخامت مورد نظر برسد (حدود هشت پلان)، بعد طرح موردنظر را روی پلان‌ها چیدمان می‌کنند.	اکثر استان‌ها
۳۰۵	مُعَرَق چرم	*	*	ساخت جلد کتاب، تابلو و ... با قطعات بریده شده چرم و اتصال آنها به یکدیگر	اصفهان، آذربایجان شرقی
۳۰۶	مَعرق چوب	*	*	تولید تابلوهای تزئینی (گاه لوازم مصرفی مانند میز و ...) از قطعات بریده شده چوب‌ها در رنگ‌های مختلف (خودرنگ) و چیدمان آنها پهلوی یکدیگر بر اساس طرح	اصفهان، تهران، مازندران، مرکزی و ...
۳۰۷	مَعرق حجم	*	*		
۳۰۸	مَعرق سطح-بندی	*	*		
۳۰۹	مَعرق سنگ		*	پهلوی هم چیدن قطعات سنگ (عموماً مرمرهای رنگی) بر اساس طرحی از پیش تعیین شده	اصفهان، تهران
۳۱۰	مَعرق شیشه (شیشه خانه‌بندی)		*	نصب قطعات شیشه رنگی در پنجره (کلیساهای) و ایجاد فریم‌هایی دارای طرح از آلیاژ سرب (امروزه چوب)-قواره‌بری	اصفهان
۳۱۱	مَعرق صدف		*	چیدمان هنرمندانه قطعات بُرش خورده صدف پهلوی یکدیگر تا حصول طرح مورد نظر	استان‌های شمالی و جنوبی
۳۱۲	مَعرق مُنبت	*	*	تلفیق دو هنر صنعت مُعَرَق و مُنبت تا حصول تابلوهای سه‌بُعدی	اصفهان، تهران، مرکزی

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۳۱۳	مِرقِ نقش-بندی	*	*		
۳۱۴	مَغزِ دوزی	*	*	دوختن نوعی نوار باریک تزیینی (معمولا از جنس پارچه یا چرم) برای استحکام لبه پارچه و زیبایی	اکثر استان‌ها
۳۱۵	مُفَرَش	*	*	دست‌بافته‌ای است مستطیل شکل و درب‌دار به شکل صندوق، که برای حمل و نقل لحاف و تشک یا اسباب و لوازم زندگی در هنگام کوچ عشایر مورد استفاده قرار می‌گیرد با نقش و نگارهای جذاب و شاد	اردبیل، آذربایجان شرقی (عشایر ایل شاهسون)، کرمان (عشایر)
۳۱۶	مُفَرَس کاری		*	تزیین قسمت‌هایی از بنا مانند زیر گلدسته، مناره‌ها، بالای محراب و ... با حجم‌هایی به صورت فرو رفته و برجسته از گچ، کاشی، چوب یا فلز	اصفهان، تهران، فارس، مرکزی
۳۱۷	مقنعه‌بافی	*	*	پارچه‌ای از جنس نخ پنبه‌ای به ابعاد ۱×۱ متر به عنوان سر پوش زنان جنوبی کشور	خوزستان (بهبهان شوشتر)
۳۱۸	مَلَمَه فلز		*	نشان دادن طلا (نقره) بر روی دیگر فلزات (چرم) با حل کردن طلا در جیوه و سپس زدودن جیوه	اصفهان
۳۱۹	مَلِله دوزی	*	*	دوخت‌های تزیینی با استفاده از مفتول‌های فنی نازک و توخالی از جنس طلا یا نقره (گاه برنج) بر روی لباس یا پارچه	اکثر استان‌ها
۳۲۰	مَلِله سازی (منیله کاری)		*	تهیه زیورآلات یا ظروف از مفتول‌های نازک طلا و نقره (با سطح مقطع دایره، چهارگوش، مُضَرَس) در هم تنیده شده به وسیله لحیم	اصفهان، تهران، زنجان، قزوین
۳۲۱	مَمَقان دوزی	*	*	نوعی رودوزی که در آن زمینه پارچه را کاملا به وسیله بنخیه‌های ابریشم رنگین و با نقوش هندسی می‌پوشانند (مَمَقان قصبه مرکز دهستان از بخش دهخوارقان شهرستان تبریز)	
۳۲۲	منبت چاقویی	*	*	حکاکی و کنده کاری روی چوب با چاقو بر اساس طرح و نقشه	فارس (اباده)
۳۲۳	منبت چوب	*	*	ایجاد بُعد سوم بر روی چوب	اصفهان (گلپایگان)، آذربایجان غربی، تهران، همدان (ملایر)، تویسرکان، جوکار، نهاوند، کردستان
۳۲۴	مُنَجوق دوزی	*	*	دوخت و نصب انواع منجوق‌های رنگی بر روی کیسه پول، جای جواهر و ...	اکثر استان‌ها، قزوین

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۳۲۵	منگوله‌دوزی	*	*	نصب انواع رشته‌ها، منگوله‌ها و ... در کنار لباس، پرده، رومیزی به صورت ساده، زیگزاگی، دالبری آویزدار و ...	اکثر استان‌ها
۳۲۶	مهله‌سازی (مهلو)	*	*	ساخت نوعی گردنبند در بین عشایر قشقایی استان فارس با استفاده از دانه‌های گیاهان معطر مانند مهله و میخک و هل، و گاه افزودن دانه‌های کره‌ای شکل از طلا و نقره	فارس (عشایر)
۳۲۷	موج‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای با نقوش هندسی درشت، با تار و پود پشم دست‌ریس	کرمانشاه، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، کردستان
۳۲۸	میناکاری	*	*	ساخت انواع لاله، شمعدان، قدح، زیورآلات و ... با زیر ساخت مس و منقوش کردن سطح آن با رنگ‌های آمیخته به گلیسیرین و جوهرکاج و کوره مجدد	اصفهان، تهران
۳۲۹	میناکاری روی طلا و نقره	*	*	ساخت انواع زیورآلات میناکاری شده با زیر ساخت طلا یا نقره و حکاکی بر سطح مینای آن و ایجاد نقوش سنتی	خوزستان
۳۳۰	مینای خانه-بندی	*	*	نقوش اصلی با سیم‌های نازک فلزی بر سطح ظروف و پُر کردن داخل محدوده سیم‌ها با رنگ‌های مینایی	اصفهان
۳۳۱	مینای مرصع	*	*	نشان دادن قطعات سنگ‌های قیمتی، طلا، نقره و جواهرات بر سطح ظروف مینایی	اصفهان
۳۳۲	مینای مشبک	*	*	ساخت انواع وسایل کاربردی تزئینی با استفاده از تکنیک مینا و مشبک کردن آن	اصفهان، تهران
۳۳۳	مینای نقاشی	*	*	نقاشی بر سطح ظروف مینا با استفاده از رنگ‌های مینا	اصفهان، تهران
۳۳۴	نازک‌کاری	*	*	روکش قسمت‌های خالی شده چوب زمینه به وسیله چوب‌های دیگر بر اساس طرح و نقش مورد نظر	آذربایجان غربی (اورمیه)، کردستان (سنندج)، گیلان (رشت)
۳۳۵	نخ‌ریسی سنتی	*	*	نخ‌ریسی، هنر تبدیل الیاف پنبه و ... خام به نخ رشته شده جهت استفاده در بافت گلیم وقالی	اکثر استان‌ها (روستاها و عشایر)
۳۳۶	نقاشی پشت شیشه	*	*	منقوش کردن شیشه با نقوش سنتی و رنگ‌های مخصوص (ترانسپارنت)	تهران، فارس، قزوین
۳۳۷	نقاشی رو لعابی	*	*	ایجاد نقوش سنتی بر روی ظروف سفالی که پس از ساخت و پخته شدن در کوره، نقاشی شود و مجدداً داخل کوره می‌رود.	اصفهان (قمشه شهرضا، نطنز)، مازندران (جویبار)، گیلان (سیاهکل)، فارس (اصطهبانات)، تهران، سمنان، همدان، یزد

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۳۳۸	نقاشی روی چرم	*	*	نقاشی و طراحی سنتی بر روی محصولات چرمی با استفاده از رنگ‌های پیگمنت و ورنی (جلا و عایق شدن)	تهران، کرمانشاه، کردستان
۳۳۹	نقاشی روی چوب	*	*	نقاشی بر روی وسایل چوبی مصرفی یا تزئینی که با سریشم رقیق یا صمغ عربی پوشیده شده باشد.	مازندران، گیلان
۳۴۰	نقاشی روی سفال		*	ایجاد نقوش سنتی بر روی ظروف سفالی که پس از ساخت و پخته شدن در کوره، نقاشی شده و دوباره لعاب خورده و مجدداً داخل کوره می‌رود.	اصفهان (قمشه شهرضا، نطنز)، مازندران (جویبار)، گیلان (سیاهکل)، فارس (اصطهبانات)، تهران، سمنان، همدان، یزد
۳۴۱	نقاشی روی شیشه		*	نقاشی و تزئین فرآورده‌های شیشه‌ای با اکسیدهای فلزی و پخت آن در کوره	تهران
۳۴۲	نقاشی روی صدف	*	*	نقاشی مینیاتور بر روی کفه‌های صدف و سپس جلا دادن آن	بوشهر، سیستان و بلوچستان، هرمزگان
۳۴۳	نقاشی زیرلعابی		*	نقاشی و تزئین ظروف سفالینی که یکبار به کوره رفته و پس از انجام نقاشی دوباره به کوره بروند (دوبار لعاب زده شوند، قبل و بعد از نقاشی)	اکثر استان‌ها
۳۴۴	نقاشی سنتی ایرانی	*	*	نقوش رزم، بزم، داستان‌های حماسی، به تصویر کشیدن وقایع تاریخی بر روی کاغذ، پارچه و ...	اکثر استان‌ها
۳۴۵	نقاشی سنتی دیواری		*	منقوش نمودن دیوارهای داخل بناها، قصرها، خانه‌ها، ایوان‌ها و ... با نقوش رزم، بزم، داستان‌های حماسی به تصویر کشیدن وقایع تاریخی بر دیوارها	اصفهان، تهران
۳۴۶	نقاشی قهوه-خانه‌ای	*	*	به تصویر کشیدن ذهنی و خیالی داستان‌های حماسی، مذهبی، شاهنامه و ... بر روی بوم‌های پارچه‌ای برای نقالان	اصفهان، تهران، قزوین
۳۴۷	نقاشی گل و مرغ	*	*	نوعی نقاشی ایرانی برای تزئین جلد کتب و ... شبیه به مینیاتور با وجود یک یا چند پرند و گل	اصفهان، تهران
۳۴۸	نقاشی لاک	*	*	نقاشی بر روی محصولات مانند قلمدان (با زیر ساخت چوب یا مقوا) و پوشاندن آن با لاک (ماده‌ای طبیعی) به منظور حفاظت از رطوبت و ...	اصفهان، تهران
۳۴۹	نقاشی و حکاکی روی استخوان	*	*	حکاکی یا منبت روی استخوان (صدف) با استفاده از ابزارهایی مانند انواع مغار و قلم و ایجاد نقوش، گل و مرغ، صحنه‌های شکار و ...	قزوین، زنجان

ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۳۵۰	نقشه‌دوزی	*	*	دوخت انواع نقوش سستی بر روی پارچه‌های سنگین (اطلس، ماهوت، مخمل و ...) با استفاده از نخ‌های نقده (نخی پهن و فلزی)	آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی (ارومیه)، اصفهان (کاشان)، تهران، قزوین، خوزستان، کردستان، هرمزگان (بندرعباس)، یزد
۳۵۱	نقش‌اندازی ضربی روی چرم	*	*	کوبیدن و فشردن قطعه‌های فلزی منقوش (مهر) بر روی چرم عمل‌آمده و سپس پُر کردن فرورفتگی‌ها با طلا یا نقره	اصفهان، تهران، همدان
۳۵۲	نقش‌دوزی	*	*	دوختن نقوش موجود بر روی پارچه با استفاده از نخ‌های ابریشمی یا پشمی، تا جایی که پارچه زمینه دیده نشود	اکثر استان‌ها، یزد
۳۵۳	نگارگری ایرانی	*	*	نقاشی که در آن علم مناظر، مرایا، کالبدشناسی و پرسپکتیو کمتر رعایت می‌شود، با استفاده از رنگ‌های طبیعی (گیاهی و معدنی) و دست‌ساز	اصفهان، تهران
۳۵۴	نمد	*	*	مالیدن و ورز دادن الیاف پشم بهاره و بلند گو سفند با آب گرم و صابون (و زرده تخم مرغ) تا درهم فرو رفتن کامل الیاف	مازندران، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، گلستان، سمنان
۳۵۵	نمکدان‌بافی	*	*	دست‌بافته‌ای بطری مانند برای نگهداری و حمل و نقل نمک بر پشت چهارپایان در بین ایلات و عشایر با نقوش ذهنی	فارس (عشایر)، هرمزگان (عشایر)
۳۵۶	نواربافی	*	*	بافت نواری با نقوش هندسی و رنگارنگ با استفاده از کارت‌های مربع شکل برای تزئین لباس، بندعینک، نوار نشانه کتاب و ...	قزوین، خراسان شمالی، خوزستان، چهارمحال و بختیاری، تهران
۳۵۷	نواربافی علی-آبادکتول	*	*	نواری بافته شده با الیاف سیاه و سفید و نخ گلابتون طلایی یا نقره‌ای با کارگاه چوبی ساده با نقوش خاص منطقه علی‌آباد کتول	گلستان (علی‌آباد کتول)
۳۵۸	نواردوزی	*	*	دوخت و نصب نوارهای (از قبل) سوزندوزی شده بر روی لباس‌های محلی سیستان و بلوچستان	سیستان و بلوچستان
۳۵۹	نیک‌بافی	*	*	بافت نوعی نوار دو رنگ با نقوش خاص S (یا Z مانند) در کلات نادری (خراسان شمالی) با استفاده از ۲۷ تار	خراسان شمالی (لایین نو)



ردیف	نام رشته	خانگی	کارگاهی	تعریف	استان
۳۶۰	هم جوشی شیشه		*	ایجاد فرم‌های مختلف و تهیه ظروف مصرفی و تزئینی و قطعات شیشه‌های رنگی با روش اتصال به یکدیگر با حرارت دادن در کوره	تهران
۳۶۱	ورشوسازی		*	ساخت و منقوش ساختن ظروف مصرفی مانند سماور، سینی، انگاره و ... با استفاده از آلیاژ ورشو (۲۰٪ نیکل، ۳۵٪ روی، ۴۵٪ مس)	لرستان (بروجرد)
۳۶۲	ورنی	*	*	دست‌بافته‌ای بین قالی و گلیم دارای موتیف‌های حیوانی انتزاعی شده (دارای پود نازک و گره‌های رها در پشت آن)	اردبیل (پارس آباد اصلاندوز، جعفرآباد بيله‌سوار، انگوت مغان، مشکین شهر)، آذربایجان شرقی (عشایر)
۳۶۳	وریس‌بافی		*	ریسمانی است سیاه و سفید، از جنس موی بُز، بسیار محکم و با دوام بعنوان بند چادر عشایر، افسار اسب و ... با نقوش ساده و انتزاعی	ایلام، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، قزوین
۳۶۴	یراق‌دوزی	*	*	دوخت و نصب نوارهایی که با مفتولی‌های موین سفید یا زرد بافته شده باشند بر لباس صاحب‌منصبان، جلد قرآن، پوشش ضریح و ...	آذربایجان غربی، اصفهان، بوشهر، خراسان، سیستان و بلوچستان، کردستان، لرستان
۳۶۵	یزدی‌بافی	*	*	بافت زیراندازی به ابعاد تقریبی ۷۰×۱۰۰ سانتی‌متر با الیاف پنبه‌ای سیاه و سفید و نقوش لوزی (با سیستم دوتار و دو پود)	یزد
۳۶۶	یزدی‌بندی		*	نوع خاصی از نحوه کاربندی زیر گنبد، پوشش قوسی شکل ورودی‌ها است که جلوه‌ای خاص به فضایی که در بر گرفته می‌بخش، حالتی است بین رسمی‌بندی و مقرنس	یزد، اصفهان، کاشان