

بررسی عوامل موثر بر حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۲

کد مقاله: ۵۲۶۱۳

علی انصاری^{۱*}، عطاءالله کوپال^۲

چکیده

صنایع دستی به تولیداتی هنری گفته می‌شود که به منظور استفاده‌های تزئینی یا کاربرد در زندگی روزمره، به وسیله دست یا ابزارهای ساده ساخته می‌شوند. صنایع دستی را می‌توان در زمره هنرهای کاربردی دانست. از یک سو دارای عناصر خلاق و مبدعانه هنری هستند و از سوی دیگر به منظور استفاده‌های فردی یا اجتماعی، به صورت تک محصول و یا فرآورده‌ای انبوه تولید می‌شوند. صنایع دستی ایران، بخش مهمی از فرهنگ سرزمین ما هستند و فرآورده‌های آن، سهم قابل توجهی از اقتصاد بومی در بازارچه‌های سنتی ایران را به خود اختصاص می‌دهد. مطالعه حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه جهانی انجام شده است. این پژوهش یک تحقیق کیفی-آماري از نوع مطالعات کاربردی است. در این پژوهش به صورت میدانی، با روش فیش برداری و همچنین با انجام مصاحبه با شرکت کنندگان مجرب در این نمایشگاه‌ها، اطلاعات مورد نظر گردآوری شده است و به روش استدلال منطقی و با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج به دست آمده، حاکی از این بوده است که با تشویق، کمک و راهنمایی صنعتگران دستی و همچنین بالا بردن سطح اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای آنها و با توجه به زمینه‌های متفاوت فرهنگی موجود، با ایجاد شناخت در عرصه تجارت جهانی می‌توان به جایگاه معتبری در سطح بین‌المللی دست یافت. همچنین حفظ و تقویت صنایع دستی و تجلی آن به صورت یکی از ارکان اصلی حیات فرهنگی کشورمان و ایجاد همبستگی میان صنعتگران دستی در تمام کشور می‌تواند در مناطق امروزی و مدرن نیز قابلیت عرضه داشته باشد و برای تولیدکنندگان صنایع دستی راهگشا باشد.

واژگان کلیدی: صنایع دستی ایران، زمینه‌های تاریخی و اجتماعی، نمایشگاه‌های جهانی

*- این مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر دانشگاه ادیبان گرمسار است.
عنوان پایان نامه: زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی با نگرش ویژه به کشورهای ایران، هند، ترکیه، ارمنستان

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته پژوهش هنر، دانشگاه ادیبان، گرمسار. (نویسنده مسئول)

aliansari@adiban.ac.ir

۲- دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

صنایع دستی بخشی از سنت، فرهنگ، و هویت اصیل ملت‌ها است. برای جامعه‌ی امروز که مهم‌ترین خواسته‌اش کسب هویت و باور به خویش است معرفی دقیق، اصولی و پراعتبار صنایع دستی به منزله‌ی پشتوانه‌ی هویتی و فرهنگی جامعه اهمیت بسیار زیادی دارد. «صنایع و هنرهای دستی همواره نماینگر خلاقیت‌ها و ایده‌های ذهنی است که از فرهنگ و تمدن هر ملتی نشأت گرفته است» (دانگ، ۲۰۲۱: ۲۳) و بسته به سیاست‌ها و اهداف کشورها از جمله ایران، خود را به شکل‌های مختلف نشان داده و تا به امروز ادامه یافته است. از سوی دیگر شرایطی مانند اصالت، هویت ملی، ابداع و نوآوری، رعایت مسائل کاربردی و زیست محیطی، قوانین کار و حقوق مالکیت معنوی و همچنین وجود بازار مناسب برای ادامه تولید و حضور در بازارهای هدف و در نهایت، بهبود و گسترش کیفیت و توسعه صنایع دستی در چشم‌اندازهای آینده این رشته مطرح شده است و به اقتضای حفظ موجودیت فرهنگی و هنری ملت‌ها، به عنوان امری مهم و آشکار و شایسته توجه دست اندرکاران قرار گرفته است.

«صنایع دستی ایران به عنوان یک صنعت مستقل و بومی، برجسته‌ترین هنرهای کاربردی و یکی از سه قطب اصلی صنایع دستی جهان، ریشه‌های عمیق و محکمی در فرهنگ و ایمان غنی ایران اسلامی دارد» (کنعانی، ۱۳۹۹: ۷). صنایع دستی هر کشور تأثیر به‌سزایی در اقتصاد آن کشور دارد و از این حیث می‌توان صنایع دستی ایران را یکی از پیشگامان عرصه اقتصاد بومی نامید. «صنایع دستی ایران شامل پوشاک سنتی، سفال و سرامیک، صنایع چرم و کاغذ، چاپ سنتی، صنایع چوبی و حصیری، گلدوزی سنتی، صنایع فلزی و سنگی است که با استفاده از مواد اولیه بومی و با استفاده از دست و ابزار ساخته می‌شود. از طریق استفاده در زندگی فردی و جمعی ضروری و تولید می‌شود و ریشه در تاریخ کهن ایران زمین دارد» (نعیم آبادی، ۱۳۹۹: ۸۷).

«بنابراین می‌توان گفت که با فرهنگ‌سازی در زمینه صنایع دستی، می‌توان پیشرفت‌های چشمگیر در زمینه‌های بازاریابی، بسته بندی، صادرات و غیره این محصولات را پی گرفت که خود منجر به پیشرفت صنایع دستی در اقتصادی کشور و حضور در نمایشگاه‌های جهانی می‌شود» (چان، ۲۰۲۱: ۱۲۳). همچنین در زمینه بازاریابی، باید روش‌های سنتی و قدیمی را کنار گذاشت و به شیوه‌ی مدرن و الکترونیکی، بهره‌گیری از نمایشگاه‌های جهانی برای بازاریابی و فروش محصولات صنایع دستی پرداخته شود و نیز «با فراهم نمودن زمینه‌های جذب گردشگر و توریست، می‌توان منابع مالی فراوانی را جهت پیشرفت و توسعه صنایع دستی فراهم نمود» (آنگ، ۲۰۱۹: ۷۶). نمایشگاه‌ها نقش یک رسانه را ایفا می‌کنند که در آن شرکت کننده با گرفتن غرفه و با نمایش محصول خود، به عنوان فرستنده وارد عمل می‌شود و بازدیدکننده نیز حکم گیرنده‌ی اطلاعات را دارند؛ به بیان دیگر، «بازاریابی نمایشگاه‌ها شکلی از ترویج محصول هستند که زیر مجموعه‌ای از بازاریابی ترویجی می‌باشند که به شرکت‌ها این امکان را می‌دهند تا تحقیقات بازار را انجام دهند و خود را ترویج کنند، همچنین برخی از نمایشگاه‌ها به شرکت‌ها اجازه می‌دهند تا محصولات خود را به فروش برسانند؛ بدین صورت که آنها به افراد این امکان را می‌دهند تا محصولات خود را تبلیغ کند و برای شرکت خود و محصولات آن، شهرت مثبت ایجاد نماید» (اوسترایخ، ۲۰۲۱: ۸۱).

نمایشگاه‌های جهانی، مهم‌ترین ابزارهای توسعه و تحقق اهداف بازاریابی خصوصاً در صنایع دستی در جهان معاصر محسوب می‌شوند. «اغلب تولیدکنندگان و صادرکنندگان در کشورهای دنیا با برنامه‌ریزی و تدارکات قبلی و نیز آگاهی‌سازی و تبلیغات در زمینه نگهداشت، بازسازی و گسترش هنرهای سنتی و صنایع دستی، از این ابزار مؤثر برای پیشبرد اهداف فروش خود استفاده می‌کنند» (شارما، ۲۰۱۷: ۶). بنابراین با توجه به مطالب گفته شده، چنین دریافت می‌شود که اگر نمایشگاه‌های جهانی با برنامه‌ی درستی بهره‌برداری شوند، نقش مهم و مؤثری در رونق صنایع از جمله صنایع دستی و کسب درآمد مناسب از منابع خارجی خواهند داشت، و از آنجا که کشور ایران با محدود کردن صنایع دستی به چند مورد خاص و تکثیر و تکرار بی وقفه آنها بدون در نظر داشتن خلاقیت و جنبه‌های هنری در این رویدادها حضور ندارد و نمی‌تواند تأثیری مضاعف بر سودآوری ارزی و اقتصادی داشته باشد. پرسش اصلی این است که حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی، با استناد به آمارهای کمی موثق، تا چه اندازه می‌تواند در رونق اقتصادی تأثیرگذار باشد؟ برای پاسخ به این سوال باید عوامل مؤثر برگزاری نمایشگاه‌ها در راستای اهداف صنعتگران هنرهای دستی بررسی شود که منجر به رونق تولیدکنندگان در عرضه و فروش محصولات خود را در پیش داشته باشد.

۲- مبانی نظری تحقیق

صنایع دستی با اینکه پیشینه‌ای دیرپا و گستره‌ای بسیار وسیع دارد، کمتر مورد پژوهش‌های توسعه‌ای قرار گرفته و ندرتاً به مثابه یک صنعت بررسی شده است. جنبه‌های تکنیکی و فن‌آوری تولید در کنار جنبه‌های هنری و دگردیسی‌های تاریخی در مواد و مصالح و ابزارها، بیشتر تحقیقات را تحت‌الشعاع خود قرار داده است. پژوهش حاضر بدون نادیده گرفتن این جنبه‌ها می‌خواهد کاربرد صنایع دستی را در چشم‌انداز توسعه مد نظر قرار دهد و آینده این شاخه شکوفای فرهنگی را در مبادلات جهانی و مشخصاً از طریق مشارکت‌های نمایشگاهی در سطح بین‌المللی، مورد بررسی قرار دهد.

۲-۱- اهمیت صنایع دستی

بی شک یکی از افتخارات هر سرزمینی صنایع دستی بومی آن است. زیرا این صنعت و به عبارتی این هنر-صنعت کم نظیر و بی رقیب، حاصل ذوق و خلاقیت هنرمندان و صنعتگران تلاشگری است که با صبر و حوصله، آداب و رسوم و سنت‌ها و در یک کلام، پیام فرهنگی نسل‌ها را در محصولات خود متجلی کرده‌اند. از آن محافظت می‌کنند.

۲-۲- اثرات صنایع دستی در توسعه

حمایت از صنایع دستی و تقویت بنیان تولید صنعتگران و تولیدکنندگان محصولات دست ساز، یکی از راه‌هایی است که می‌تواند در توسعه اقتصادی و رشد کشورهای توسعه نیافته نقش فعال داشته باشد و جای تعجب نیست که بسیاری از کشورها در این زمینه، به این موضوع توجه خاص مبذول داشته‌اند. آنها در کنار استقبال از صنعت، متقاعد شده‌اند که «حمایت و بهره برداری مناسب از صنایع دستی به عنوان یک عامل مکمل اقتصاد کشور، می‌تواند تأثیر محسوسی بر درآمدها داشته باشد» (خوشفر، ۱۳۷۹: ۷). در واقع صنایع دستی اثرات مثبت بی‌شماری دارد که در بخش‌های زیر به برخی از آنها پرداخته می‌شود:

الف- صنایع دستی و مشکل بیکاری: یکی از قاطع‌ترین و در عین حال منطقی‌ترین دلایلی که می‌توان برای توجیه جنبه‌های مثبت صنایع دستی ارائه کرد، مربوط به تأثیرات آن در حل انواع بیکاری به‌عنوان یکی از مسائل پیچیده در کشورهای در حال توسعه است. اگرچه دستیابی به فناوری‌های جدید و صنعتی شدن کامل، یکی از مهمترین اهداف کشورهای در حال توسعه است، اما باید توجه داشت که صنعتی شدن به تنهایی نمی‌تواند مشکل بیکاری را حل کند. این واقعیت در کشورهایی که بدون در نظر گرفتن شرایط خاص اقتصادی و اجتماعی خود از فناوری‌های کاملاً جدید تولید به طور گسترده استفاده کرده‌اند، جلب توجه می‌کند، زیرا پذیرش بیش از حد الگوهای کشورهای پیشرفته صنعتی باعث تشدید بیکاری می‌شود؛ در حالی که «استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های رایج در بسیاری از صنایع مصرفی مانند پارچه بافی، شیشه سازی، سفالگری، سبد بافی یا حصیربافی علاوه بر فراهم آوردن امکانات کار برای یک گروه بزرگ از تعداد افرادی که آماده کار هستند، به دلیل سادگی تکنیک، نیازی به دوره های آموزشی فنی ندارد و به خدمات کارشناسان و تکنسین‌های خارجی نیز نیازی ندارد» (یاوری، ۱۳۷۱: ۲۱).

ب - صنایع دستی و تولیدات ناخالص ملی: تولید ناخالص داخلی هر کشور به عنوان مهمترین معیار توسعه اقتصادی آن کشور شناخته می‌شود که بر اساس تغییرات درآمد سرانه نشان داده می‌شود. رقابت کشورها برای دستیابی به تولید ملی بیشتر و در نتیجه درآمد سرانه بالاتر در دوران معاصر به طور مستمر ذهن دولتمردان را به خود مشغول کرده است و البته «با توجه به ساختار اقتصادی خاص کشورهای جهان سوم، افزایش مستمر درآمد ملی به دلیل نرخ بالای رشد جمعیت در این کشورها بسیار مشکل بوده و در برخی موارد نیز این امر دشوار است» (خوشفر، ۱۳۷۹: ۳۹).

ج - اثرات فرهنگی و هنری صنایع دستی: در بررسی‌های کارشناسی درباره نقش و جایگاه صنایع دستی هرگز نباید از آثار فرهنگی و هنری صنایع دستی غافل شد و تنها به جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و تجاری صنایع دستی پرداخت چرا که هر یک از این جنبه‌ها بسیار حائز اهمیت بوده و در خور توجه ویژه است زیرا شالوده اصلی آن است. صنایع دستی مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و هنری استوار و پایدار است و با توجه به ارزش‌های فرهنگی و هنری صنایع دستی که «با حفظ کیفیت و اصالت آثار از نظر شگردهای نقاشی، انواع نقوش و رنگ‌آمیزی مرتبط است، می‌تواند به ماندگاری صنایع منجر گردد و بدین سان امکان بهره گیری از اثرات غیرقابل انکار اقتصادی، اجتماعی و تجاری صنایع دستی وجود دارد» (یاوری، ۱۳۸۹: ۶۰).

همچنین گفته می‌شود صنایع دستی یکی از مظاهر هنری و فرهنگی جامعه است و با توجه به اینکه این صنایع نشان دهنده ویژگی‌های تاریخی، فرهنگی و اجتماعی کشور و محل تولید آنها است، می‌تواند عامل مهمی در معرفی فرهنگی هر سرزمین باشد. فرهنگ و تمدن هر کشور را دلیلی برای جذب گردشگر به مناطق روستایی می‌دانند، به دلیل ارتباط تنگاتنگ صنایع دستی با فرهنگ و سنت‌ها از یک سو و از سوی دیگر ارتباط با ساختار اقتصادی در روستاها. در کشورهای در حال توسعه، صنایع دستی اغلب هم در جوامع شهری و هم روستایی رواج دارد و پرطرفدار است. صنایع دستی با حفظ استقلال و خلاقیت فکری صنعتگر در ساخت اقلام مختلف موجب می‌گردد که هر محصول دست‌ساز هویت خاص خود را داشته باشد. این درست برخلاف وضعیتی است که در مورد محصولات ماشینی با تولید انبوه مشاهده می‌شود. امروزه نه تنها آثار تاریخی، بلکه صنایع دستی نیز وسیله ای برای جذب گردشگران به مناطق روستایی هستند. تا جایی که در برخی از کشورها که مهد صنایع دستی به شمار می‌آیند، در کنار مراکز عمده صنایع دستی، امکانات گردشگری فراهم شده است تا مردم ضمن اقامت در چنین مراکزی با تولید صنایع دستی نیز آشنا شوند. «صنایع دستی و صنعت گردشگری بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند و می‌توان گفت صنایع دستی در ابعاد مختلف از چنان غنای فرهنگی و تمدنی برخوردار است که هر قطعه از آن می‌تواند نمایانگر بسیاری از آثار تمدنی یک جامعه باشد» (جم، ۲۰۰۴: ۱۲ و سیلای، ۲۰۰۳: ۲۳).

۳- پیشینه تحقیق

شمس الدینی (۱۳۹۹): در مطالعه ای به واکاوی موانع ورود شرکت‌های تعاونی صنایع دستی استان فارس به بازارهای جهانی پرداخته است: نتایج اولویت بندی مهم‌ترین راهکارهای ورود شرکت های تعاونی صنایع دستی به بازارهای جهانی نشان داد سه راهکار برقراری ارتباط با واسطه‌های مطمئن جهت مقابله با تحریم‌ها جهت صادرات صنایع دستی از طریق شرکت های تعاونی، در نظر گرفتن شیوه های جایگزین برای صادرات مستقیم صنایع دستی به ویژه از طریق توسعه گردشگری در سطوح مختلف و تهیه و صدور صنایع دستی با کیفیت بالا و ممانعت از صدور کالای با کیفیت پایین، به ترتیب با ۷۵، ۷۲ و ۶۸ بار تکرار، کلیدی ترین راهکارها هستند.

آقائی، سیروس (۱۳۹۷): در مطالعه خود به طراحی نمایشگاه صنایع دستی با تأثیرپذیری از کهنه قلعه مشگین شهر پرداخته است: مطابق با یافته‌های تحقیق، عملکرد پروژه بر اساس امکانات منطقه شناسایی و مجموعه با اثربخشی قلعه قدیمی تعریف شده. نقش منطقه در استان و غرب کشور و به عنوان یکی از منابع ملی مورد بررسی قرار گرفت. تعداد بازدیدکنندگان و ظرفیت پذیرش منطقه و همچنین اثرات متقابل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی پروژه در منطقه مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت به این نتیجه رسید که عملکرد پروژه در منطقه نباید اختلالی در فضای محلی ایجاد کند و فرهنگ کهن مردمان آن دارای اهمیت است، اما این نمایشگاه باید همچنین محلی برای آشنایی بازدیدکنندگان با یکدیگر باشد. این فرهنگ را در اختیار آنان قرار دهد و در نهایت اجرای این طرح در منطقه می تواند به اقتصاد آن کمک شایانی کند. علاوه بر این باید گفت وجود چنین نمایشگاه صنایع دستی نه تنها در مشگین شهر بلکه در اردبیل نیز تاثیر بسزایی در جذب گردشگر و افزایش رشد اقتصادی در این مناطق خواهد داشت.

شریعتی و شفیعی (۱۳۹۷): در تحقیقی به بررسی و مطالعه کیفی پدیده نوظهور صنایع دستی مدرن در عصر شبکه ها به عنوان تولدی دیگر پرداخته اند نتایج این پژوهش نشان داد که موج چهارم علاقه به صنایع دستی در قالب یک پدیده نوظهور در صنایع دستی مدرن محصول گسترش و فراگیر شدن شبکه های اجتماعی است. این پدیده جدید با اقدام اقتصادی جوانان به ویژه بانوان شکل گرفته و توسعه یافته است و این برندها، شکلی از کارآفرینی هنری مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی هستند.

موسوی و همکاران (۱۳۹۷): در پژوهشی به بررسی توسعه صنعت گردشگری از طریق برندسازی صنایع دستی با مطالعه موردی صنایع دستی استان اصفهان پرداخته اند نتایج مرحله اول شناسایی دو عامل کیفیت و قیمت به عنوان مشخصه‌های خرید صنایع دستی و شناسایی صنایع قلمکار، فرش، ملیله دوزی و گلدوزی به عنوان صنایع دستی برجسته اصفهان نسبت به سایر رقبا بود. در مرحله دوم، نماد و لوگوی مربوطه مشخص شد. در مراحل بعدی مشخص شد که معیارهای مشتری و فرآیندهای داخلی در سطح مطلوب و معیارهای رشد و مالی در سطح نامطلوب قرار دارند و در نهایت دستورالعمل‌هایی برای ارتقای برند ارائه شد.

۴- روش تحقیق

این پژوهش کیفی-آماری از نوع مطالعات کاربردی است. در این پژوهش، جامعه آماری، شامل نمایشگاه‌های جهانی صنایع دستی می شود که کشورهای ایران، هند، ترکیه و ارمنستان در آنها حضور داشته‌اند. اما از آنجا که پوشش دادن تمام این نمایشگاه‌ها در پژوهش حاضر، مستلزم برهه زمانی طولانی‌تر است، تنها بیست و سومین دوره نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی و هدایای ایتالیا با عنوان آرتیجیانا، در شهر میلان به عنوان حجم نمونه تحقیق انتخاب شده که با حضور نمایندگان کشورمان برگزار شده است.

به گزارش خبرگزاری الفبا، به نقل از روابط عمومی کانون جهان‌گردی و اتومبیلرانی جمهوری اسلامی ایران، این نمایشگاه روز شنبه ۱۰ آذر ۹۷، با حضور هنرمندان عرصه صنایع دستی و هنرهای سنتی یکصد کشور از پنج قاره جهان در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر میلان افتتاح شده است. در این دوره از نمایشگاه آرتیجیانا، جمهوری اسلامی ایران در فضایی بالغ بر ۲۴۰ متر مربع با انواع محصولات صادراتی صنایع دستی در رشته‌های قلم‌زنی، فرش، گلیم، پته، ظروف سفالی، صنایع چرم، کیف، خاتم‌کاری، خراطی هنری روی چوب و سوغات ایرانی حضور دارد. در غرفه ایران که کانون جهان‌گردی و اتومبیلرانی به نمایندگی از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برپا کرده است، ۲۶ هنرمند حضور دارند و به صورت زنده به تولید آثار هنری کهنه‌کاری روی چوب و تخم شترمرغ، قلم‌زنی روی مس و خراطی چوب می‌پردازند. حضور گروه موسیقی آیینی سماژین و اجرای موسیقی زنده سنتی، جلوه‌ای دیگر از هنر و فرهنگ ایرانی را به نمایش گذاشته و این اجراها مورد استقبال گروه کثیری از بازدیدکنندگان نمایشگاه قرار گرفته است. این نمایشگاه یکی از بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های صنایع دستی جهان در قلب قاره اروپا بوده که هر ساله در آستانه جشن‌های کریسمس و سال نو میلادی، به مدت ۹ روز برپا می‌شود. نمایشگاه آرتیجیانا ۲۰۱۸ روز ۱۸ آذر ۹۷ به کار خود خاتمه داد (برگرفته از پایگاه تحلیلی الفبا خبر).

در این تحقیق به روش کتابخانه ای با مراجعه به کتب، مقالات، پایان نامه ها و ... اطلاعاتی که برای انجام تحقیق مفید است استخراج و در برگه ها یادداشت می‌شود. در روش میدانی ابتدا مهم ترین سوالات مربوط به حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی در قالب پرسشنامه تهیه و توسط کارشناسان مجربی که به صورت تخصصی در نمایشگاه‌های مذکور حضور داشته‌اند به صورت شفاهی مطرح می‌شود. و پاسخ‌ها به کمک ضبط صوت یادداشت یا ضبط می‌گردند. بنابراین ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، مصاحبه و پرسشنامه می باشد.

پس از جمع آوری اطلاعات از نمونه مورد نظر، این اطلاعات مورد بررسی قرار گرفت و محتوای آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این داده‌ها ابتدا به صورت آماری مورد بحث و تفسیر قرار گرفته و سپس با توجه به سؤالات تحقیق، سؤالاتی جهت انجام مصاحبه با کارشناسان نمایشگاه‌های بین‌المللی صنایع دستی مطرح و پاسخ‌های به دست آمده از این سؤالات مورد بررسی قرار گرفتند و به منظور رد یا اثبات فرضیه‌های ارائه شده، مورد تجزیه و تحلیل شدند و در جدول‌هایی که با روش تحلیل کمی تنظیم گشته‌اند، داده‌ها و آمارها تحلیل و طبقه‌بندی شده‌اند.

۵- بحث و یافته‌ها

جدول ۱ اطلاعات جمعیت شناختی افراد نمونه را نشان داده است.

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب «جنس» و «سن»

جنس	فراوانی	درصد
مرد	۱۴۶	۶۰٫۰
زن	۱۰۰	۴۰٫۰
کل	۲۴۶	۱۰۰

گروه سنی	فراوانی	درصد
۳۰ تا ۳۵ سال	۱۰۰	۴۵٫۰
۳۶ تا ۴۰ سال	۸۰	۳۵٫۰
۴۱ به بالا سال	۶۶	۲۰٫۰
کل	۲۴۶	۱۰۰

با توجه به داده‌های جدول ۱ از مجموع ۲۴۶ نفر، بیشتر پاسخگویان مرد (۶۰٫۰٪) و نسبت کمتری از پاسخگویان زن (۴۰٫۰٪) هستند. همچنین بیشتر پاسخگویان در گروه سنی ۳۰ تا ۳۵ سال (۴۵٫۰٪) و تعداد ۸۰ نفر پاسخگویان در گروه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال (۳۵٫۰٪) و تعداد ۶۶ نفر پاسخگویان در گروه سنی ۴۱ به بالا سال (۲۰٫۰٪) هستند.

از این گروه، سؤالاتی در رابطه با اهمیت حضور صنایع دستی در نمایشگاه‌های جهانی پرسیده شد که از فحوای کلام آنها، زمینه‌های تاریخی و اجتماعی آن قابل برداشت است. به عنوان مثال، آقای م.ز. ۲۸ ساله که در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری و صنایع وابسته تهران ۱۴۰۰ به عنوان یکی از غرفه داران شرکت داشت، در این رابطه اظهار نمود که صنایع دستی یکی از افتخارات هر ملت و کشوری است؛ چون که حاصل ذوق، هنر، سلیقه، ابتکار و خلاقیت سازندگان آن است. این هنرمندان با تولید این صنایع در واقع آداب، سنن و رسوم سرزمین خود و پیام فرهنگی نسل خود را به جهان معرفی می‌کنند و عرضه این محصولات در سطح جهانی به احیای صنایع دستی کمک کرده و از آن پاسداری می‌کند.

بنابراین نظر به این گفته، انگیزه این فرد از شرکت در این نمایشگاه، کمک به رشد اجتماعی و فرهنگی مردم خود در سطح جهانی و معرفی تاریخ تمدن و فرهنگ کشورش است. البته افرادی نیز در این نمایشگاه‌ها شرکت کرده‌اند که صرفاً به دلایل اقتصادی توجه داشته‌اند، اما باز از فحوای کلام آنها می‌توان اهمیت زمینه‌های اجتماعی و تاریخی را دریافت. به عنوان مثال خانم ف.ر. ۴۱ ساله که از جمله شرکت‌کنندگان سی و ششمین دوره نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تهران ۱۴۰۱ بودند، در انگیزه خود از رو آوردن به صنایع دستی در سطح جهانی چنین اظهار نظر نموده‌اند که ویژگی‌های ارزنده این صنایع موجب علاقه ایشان شده است و از جمله این ویژگی‌ها به عدم محدودیت در تولید این صنایع اشاره کرده‌اند. ایشان می‌گویند امکان ایجاد و توسعه این صنایع در کلیه مناطق شهری، روستایی و عشایری وجود دارد؛ این تولیدات نیازی به تأیید کارشناسان خارجی ندارند چرا که محصول ملی و غیر وابسته هستند. دسترسی به مواد اولیه آن آسان است و ابزار تولید آنها مختصر و ارزان می‌باشد. این صنایع با وجود اینکه ارزش افزوده بالایی دارند، اما نیاز به سرمایه‌گذاری زیاد ندارند. ما اگر صناعی بسازیم که توجه خریداران خارجی را به خود جلب کنند، چه بسا که بتوانیم بستر ساز صنعت گردشگری نیز باشیم؛ چرا که ممکن است علاقمندان صرفاً به منظور تهیه این صنایع به کشور ما سفر کنند و چه مقدار ارز که می‌تواند از این راه وارد کشور شود. علاوه بر اینها، صنایع دستی‌ای که ما تولید می‌کنیم، آثار مخربی برای محیط زیست ندارند و از تولید آنها می‌توان هم ایجاد درآمد کرد، و هم اشتغال زایی نمود.

نظر به این گفته، از آنجا که به جنبه ملی و غیروابسته بودن صنایع دستی اشاره شده، می‌توان به زمینه‌های تاریخی پی برد که این صنایع به نام کشور ما ثبت شده و از نظر تاریخی می‌توانند معرف سرزمین ما باشند و از آنجا که به عدم محدودیت مکانی اشاره نموده، تمامی سطح جامعه اعم از شهری، روستایی و عشایر را مد نظر داشته و بنابراین به زمینه اجتماعی نیز توجه داشته است.

آقای ع.س. ۳۶ ساله نیز که در «نمایشگاه صنایع دستی مونیخ»^۱ که در تاریخ ۶ تا ۱۰ جولای ۲۰۲۲ مصادف با ۱۵ الی ۱۹ تیر ۱۴۰۱ برگزار شده حضور داشته، در تکمیل آنچه گفته شد، می‌گوید در این نمایشگاه، صنایع دستی کشورهای مختلف را دیدم که به نظرم رسید برخی از آنها بومی کشورهای دیگری هستند که آنها را عرضه می‌کنند، نیستند. به عنوان مثال محصولات چرمی ترکیه و ارمنستان بی شباهت به هم نیستند و نمی‌توان قاطعانه به تعلق آنها به یکی از این کشورها نظر داد. در حالی که به جرأت می‌گویم تمامی

صنایع ما حتی ثبت ملی شده اند؛ به عنوان مثال قالیبافی، فلزکاری، سفال و سرامیک سازی که اصلاً زادگاهشان ایران است. این موضوع را با مروری بر روند تاریخی صنایع دستی در ایران می توان فهمید؛ چرا که در تمام دوره های تاریخی، ایران در این فنون موفق بوده است.

این چنین، می توان به راز ماندگاری صنایع دستی پی برد و نقش و جایگاه آنها را در معرفی هویت و تاریخ کشور دریافت. در واقع این صنایع، اصلی ترین سند هویت تاریخی ملت هستند و بخشی از میراث فرهنگی ملت‌ها محسوب می شوند. آقای ه.ت ۴۰ ساله نیز که در نمایشگاه بین المللی صنایع دستی فلورانس که در تاریخ ۲۳ آوریل الی ۱ می ۲۰۲۲ (مصادف با سوم تا یازدهم اردیبهشت ۱۴۰۱) برگزار شده شرکت نموده است صراحتاً می گوید برای اعتلای هویت و فرهنگ ایرانی وارد این عرصه شده است؛ او می گوید صنایع دستی بازتابی از تاریخ و تمدن هر قوم و ملت بوده و می تواند نقش موثری در زمینه تبادل و انتشار فرهنگ ها و سنن مناطق مختلف کشور باشد. وی اظهار امیدواری می کند که با رشد و توسعه صنایع دستی، گام های موثری در جهت ایجاد فرصت های شغلی برداشته شود تا این صنعت جایگاه واقعی خود را از جهات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اشتغال زایی را پیدا کرده، موجبات رشد و توسعه اقتصادی را فراهم نماید که این امر با شرکت صنایع دستی در نمایشگاه های بین المللی امکان پذیر خواهد بود؛ چرا که این صنایع به جهان معرفی می شوند و علاقه مندان می توانند با اعلام آمادگی برای همکاری، موجبات آمد و شد و واردات و صادرات این محصولات شده و از نظر اجتماعی کمک شایانی به پیشرفت سطح زندگی مردم نمایند. مصاحبه قابل توجهی که در این پژوهش بررسی شد، مربوط به الف.س ۴۵ ساله است که از دهلی نو به نمایشگاه صنایع دستی فلورانس آمده است؛ در گفتگویی که از طریق یکی از ایرانی های مقیم هندوستان با او داشتیم، چنین دریافت شد که وی در اوایل جوانی گرفتار اعتیاد و بزهکاری بوده و پس از طی مشکلات بسیار، در زندان متوجه استعداد خود در زمینه تولید صنایع دستی شده است. او با بیان زندگی نامه خود به طور واضحی به زمینه های اجتماعی حضور خود در این نمایشگاه اشاره کرده است. در واقع ایشان به پیامدهای مثبت این صنایع در زمینه های اجتماعی اشاره کرده که اگر افراد تشویق شوند استعدادشان را در این زمینه به کار گیرند، مسلماً از بزهکاری و دیگر آسیب های اجتماعی به دور خواهند ماند و تا حدود بسیاری نیز به رفع بیکاری به عنوان یک آسیب اجتماعی مهم کمک می کند.

بنابراین در بررسی این مصاحبه ها آنچه دریافت گردید و از نظر جامعه آماری بسیار اهمیت دارد، «حفظ و تقویت صنایع دستی»، نیاز به افزایش «اطلاعات تخصصی و حرفه ای» در زمینه صنایع دستی، نیاز به ایجاد «همبستگی صنعتگران دستی» و حمایت از «تولیدکنندگان» است که میانگین و انحراف معیار آنها در جدول ذیل ارائه گردیده است:

۱-۵- تحلیل توصیفی داده ها

جدول ۲- جدول میانگین و انحراف معیار تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل
حفظ و تقویت صنایع دستی	۲۵,۷۸	۴,۹۳	۳۷	۹
اطلاعات تخصصی و حرفه ای	۲۴,۶۹	۵,۶۳	۵۹	۸
همبستگی صنعتگران دستی	۲۷,۱۷	۴,۹۹	۴۴	۱۵
تولیدکنندگان	۳۰,۴۵	۳,۵۲	۵۴	۱۸

براساس نتایج جدول ۲، میانگین متغیر حفظ و تقویت صنایع دستی (۲۵,۷۸) و میانگین اطلاعات تخصصی و حرفه ای (۲۴,۶۹) و همبستگی صنعتگران دستی (۲۷,۱۷) است. همچنین انحراف معیار متغیرهای فوق به ترتیب برابر با (۴,۹۳)، (۵,۶۳) و (۴,۹۹) می باشد. لذا میانگین نتایج جدول فوق در همه متغیرها در حد متوسط رو به بالا هستند.

۲-۵- اثبات فرضیات تحقیق

فرضیه ۱- بین تشویق، کمک و راهنمایی صنعتگران دستی و همچنین بالا بردن سطح اطلاعات تخصصی و حرفه ای آنها و با توجه به زمینه های متفاوت فرهنگی موجود، رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۳- بررسی وضعیت توزیع متغیرهای تحقیق

ضریب همبستگی	سطح معناداری (sig)	رابطه معنادار
۰,۴۴۲	*،***،*	وجود دارد

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون در فاصله اطمینان ۹۵٪ سطح معناداری برای این دو متغیر برابر با ۰,۰۰۰ می باشد که از سطح معناداری استاندارد (۵٪ = α) کمتر است.

بنابراین بین تشویق، کمک و راهنمایی صنعتگران دستی و همچنین بالا بردن سطح اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای آنها و با توجه به زمینه‌های متفاوت فرهنگی موجود، رابطه معنی‌داری وجود دارد. با توجه به مقدار ضریب همبستگی که ۰.۴۴۲ است، شدت این رابطه متوسط و جهت رابطه از نوع مستقیم است.

فرضیه ۲- بین همبستگی میان صنعتگران دستی و حفظ و تقویت صنایع دستی با تجلی صنایع دستی به صورت رکن اصلی حیات فرهنگی کشورمان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۴- بررسی وضعیت توزیع متغیرهای تحقیق

رابطه معنادار	سطح معناداری (sig)	ضریب همبستگی
وجود دارد	*,***	۰,۵۳۷

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون در فاصله اطمینان ۹۵٪ سطح معناداری برای این دو متغیر برابر با ۰,۰۰۰ می‌باشد که از سطح معناداری استاندارد (۵٪ = α) کمتر است.

بنابراین بین همبستگی میان صنعتگران دستی و حفظ و تقویت صنایع دستی با تجلی صنایع دستی به صورت رکن اصلی حیات فرهنگی کشورمان رابطه معنی‌داری وجود دارد. با توجه به مقدار ضریب همبستگی که ۰.۵۳۷ است، شدت این رابطه متوسط و جهت رابطه از نوع مستقیم است.

فرضیه ۲- بین همبستگی میان صنعتگران دستی و قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان صنایع دستی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۵- بررسی وضعیت توزیع متغیرهای تحقیق

رابطه معنادار	سطح معناداری (sig)	ضریب همبستگی
وجود دارد	*,***	۰,۴۸۹

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون در فاصله اطمینان ۹۵٪ سطح معناداری برای این دو متغیر برابر با ۰,۰۰۰ می‌باشد که از سطح معناداری استاندارد (۵٪ = α) کمتر است.

بنابراین بین همبستگی میان صنعتگران دستی و قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان صنایع دستی رابطه معنی‌داری وجود دارد. با توجه به مقدار ضریب همبستگی که ۰.۴۸۹ است، شدت این رابطه متوسط و جهت رابطه از نوع مستقیم است.

فرضیه ۳- بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۶- خلاصه رگرسیون چند متغیره

استقلال خطاها	سطح معناداری	F	اشتباه استاندارد شده	R ²	R
۱,۲۳۹	۰/۰۰۰	۶۸/۹۲۳	۰/۳۳۶	۰/۳۴۰	۰/۵۸۴

جدول ۶ ضریب همبستگی بین متغیرهای تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر توانایی عرضه محصولات تولیدکنندگان را نشان می‌دهد. این فرضیه با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون بررسی شد، مقدار ضریب همبستگی برابر با $r=0.584$ و سطح معناداری $sig=0.000$ بود. از آنجایی که سطح معنی‌داری محاسبه شده ($P<0.000$) کوچکتر از ۰,۰۵ است، در نتیجه فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. استقلال خطاها یا خطاهای باقیمانده که به ضریب دوربین واتسون معروف است نیز در این آزمون (۱/۷۳۹) به دست آمد که به معنای استقلال داده‌ها و متغیرهای تحقیق است. با توجه به خروجی خلاصه رگرسیون متغیرهای تحقیق، تأیید می‌شود که بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر توانایی عرضه محصولات تولیدکنندگان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

در جدول ۷، مقدار ضریب همبستگی چندگانه بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان و مقدار برآورد شده آن تحت مدل رگرسیونی نهایی، معادل (۰/۵۸۴) می‌باشد. مقدار ضریب تعیین چندگانه در مدل نهایی برابر با (۰/۳۴۰) بوده و بیانگر اینست که (۰/۳۴) درصد از تغییرات احساس ناامیدی با شخصیت پرخاشگر دانش‌آموزان مقطع راهنمایی قابل تبیین است. بنابراین فرض صفر رد می‌شود، به عبارت دیگر می‌توان گفت بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان رابطه مستقیم و معنی‌داری دارد.

جدول ۷ جدول برآورد ضرایب مدل نهایی رگرسیون خطی متغیرهای پژوهش

متغیرهای وارد شده	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد		سطح معناداری
	B	انحراف معیار	BETA	آزمون T	
Constant	۹,۷۵۴	۱,۴۶۱		۶,۶۷۶	۰/۰۰۰
حفظ و تقویت صنایع دستی	۰/۲۵۲	۰/۰۵۵	۰/۲۵۵	۴,۵۹۴	۰/۰۰۰
اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای	۰/۳۷۲	۰/۰۴۹	۰/۲۴۲	۷/۶۵۶	۰/۰۰۰
همبستگی صنعتگران دستی	۰/۲۶۴	۰/۰۵۲	۰/۲۸۴	۹/۳۴۵	۰/۰۰۰

جدول تخمین ضرایب مدل رگرسیون نهایی فوق نشان می‌دهد که متغیرهای فوق معنی‌دار بوده و هر کدام وزن‌های متفاوتی دارند. همچنین ضرایب اثر استاندارد در جدول فوق نشان می‌دهد که متغیر همبستگی صنعتگران دستی ($\beta=0.284$) با ضریب معنی‌دار ($\text{sig}=0.000$) در رتبه اول و در رتبه دوم حفظ و تقویت صنایع دستی ($\beta=0.255$) قرار دارد. با ضریب معنی‌دار ($\text{sig}=0.000$) و در رتبه سوم اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای ($\beta=0.242$) با ضریب معنی‌دار ($\text{sig}=0.000$) کمترین مقدار بدست آمده است.

۶- نتیجه گیری

این پژوهش به بررسی عوامل موثر بر حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه جهانی پرداخته شد. نتایج نشان داد بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان رابطه معنی‌داری وجود دارد. در این راستا، بر اساس نتایج ضریب همبستگی بین متغیرهای زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان را نشان می‌دهد. این فرضیه با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون بررسی شد، مقدار ضریب همبستگی برابر با $r=0.584$ و سطح معنی‌داری $\text{sig}=0.000$ به دست آمد. از آنجایی که سطح معنی‌داری محاسبه شده ($P<0.000$) کوچکتر از 0.05 است، در نتیجه فرض صفر رد شده و فرض پژوهشی تایید می‌شود. استقلال خطاها یا باقیمانده خطاها که تحت عنوان ضریب دوربین واتسون شناخته می‌شود نیز در این آزمون ($1,739$) به دست آمده است که به معنی استقلال همبستگی دادها و متغیرهای پژوهش از هم است. با توجه به خروجی خلاصه رگرسیونی متغیرهای پژوهش، تایید می‌شود که بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.

بر اساس نتایج نیز مقدار ضریب همبستگی چندگانه بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان و مقدار برآورد شده آن تحت مدل رگرسیونی نهایی، معادل (0.584) می‌باشد. مقدار ضریب تعیین چندگانه در مدل نهایی برابر با (0.340) بوده است. بنابراین فرض صفر رد می‌شود، به عبارت دیگر می‌توان گفت بین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی حضور صنایع دستی ایران در نمایشگاه‌های جهانی بر قابلیت عرضه محصولات تولیدکنندگان رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.

بنابراین نظر به آنچه گفته شد، در پاسخ به سؤالات پژوهش باید گفت با تشویق، کمک و راهنمایی صنعتگران دستی و همچنین بالا بردن سطح اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای آنها و با توجه به زمینه‌های متفاوت فرهنگی موجود، می‌توان به جایگاه معتبری در سطح جهانی دست یافت. همچنین حفظ و تقویت صنایع دستی و تجلی آن به صورت رکن اصلی حیات فرهنگی کشورمان و ایجاد همبستگی میان صنعتگران دستی در تمام کشور می‌تواند در مناطق امروزی و مدرن نیز قابلیت عرضه داشته باشد و برای تولیدکنندگان صنایع دستی راهگشا باشد.

در تبیین این یافته‌ها باید گفت شرایطی چون اصالت، هویت ملی، اختراع و نوآوری، رعایت جنبه‌های کاربردی و مسائل زیست محیطی، قوانین کار و حقوق مالکیت معنوی و نیز داشتن بازار مناسب برای ادامه تولید و حضور در بازارهای مقصد. و در نهایت ارتقای کیفیت و گسترش و توسعه صنایع دستی اعطا شده است و در راستای حفظ موجودیت فرهنگی و هنری ملت‌ها امری مهم و قابل تقدیر و در خور توجه و تاکید دست اندرکاران است. در این میان صنایع دستی ایران به عنوان صنعتی مستقل و بومی شاخص‌ترین هنر کاربردی و یکی از سه قطب برتر صنایع دستی جهان است که ریشه عمیق و محکمی در فرهنگ و باور غنی ایران اسلامی دارد.

ابعاد مختلف صنعت نمایشگاهی، اهداف متفاوت مخاطبان، تحول مستمر در حوزه فعالیت‌های نمایشگاهی، انتظارات گروه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی، ارتقای دانش و آگاهی تخصصی برای اقشار مختلف، جلب حمایت سازمان‌ها و مردم مرتبط و ایجاد جذابیت باید مد نظر قرار گیرد. « اثر بخشی برای دست اندرکاران و مجریان و بازدیدکنندگان و شرکت‌ها، همگی نشان‌دهنده لزوم ایجاد بستر مناسب برای توسعه نگاه علمی و مدیرانه در این صنعت است» (نوری و رهکوی، ۱۳۹۵: ۴).

با توجه به عدم معرفی مناسب در کشور و نبود جایگاه مناسب، صنعت نمایشگاهی نیازمند برنامه ریزی گسترده‌تر و حمایت‌های ویژه است و علاوه بر موارد ذکر شده، جایگاه نمایشگاه به عنوان یک صنعت اشتغال‌زا و تاثیرگذار مطرح است و

زمینه‌های توسعه آن بر رشد و توسعه باید ذکر شود. بسیاری از صنایع و زمینه‌های تولیدی و در نتیجه توسعه تجارت کشور ایجاب می‌کند که همگام با تحولات کیفی که در دهه‌های اخیر در موسسات نمایشگاهی بین‌المللی رخ داده است، با توجه به موارد زیر، با مساعدت و همت همه آنها، تصمیم‌گیری، برنامه ریزی و اقدام باید صورت پذیرد.

- افزایش نقش و سهم نهادهای خصوصی نمایشگاهی در تصمیم‌گیری‌ها، تصمیم‌سازی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان در حوزه این صنعت؛
- تبدیل نهادهای نمایشگاهی به سازمان‌های دانش پایه و تحقیقات محور؛
- تهیه و تدوین استانداردها و معیارهایی برای ایجاد یا توسعه سایت های نمایشگاهی، مجریان و ارزیابی عملکردها در چارچوب ضوابط بین المللی با لحاظ نمودن ویژگی های بومی؛
- رقابتی نمودن فضای نمایشگاهی کشور؛
- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت نمایشگاهی؛
- ایجاد سایت‌های نمایشگاهی مطابق با استانداردهای مناسب و زیرساخت‌های لازم به عنوان یکی از مهم ترین عناصر در توسعه صنعت نمایشگاهی کشور.

کشور ما به عنوان یکی از مهم‌ترین اقتصادهای منطقه باید از روش‌ها و شگردهای نوینی برای دستیابی به اهداف تجاری بهره‌مند شود. همان‌طور که گفته شد یکی از مهمترین روش‌ها، ارتقای صنعت نمایشگاهی است. صنعت نمایشگاهی نیازمند توجه ویژه است تا در فضای رقابتی ایجاد شده در منطقه همچنان مورد استقبال سایر کشورها قرار گیرد.

منابع

۱. آقائی، سیروس، ۱۳۹۷، طراحی نمایشگاه صنایع دستی با تأثیر پذیری از کهنه قلعه مشکین شهر، پایان نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی استاد طاهر کیفار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشکین شهر.
۲. خوشفر، غلامرضا، ۱۳۷۹، صنایع دستی و کارکرد آن در جامعه به بهانه بیستم خرداد روز جهانی صنایع دستی، مجله تعاون و کشاورزی، دوره جدید، شماره ۱۰۵.
۳. شریعتی، سارا؛ شفیع، زینب، ۱۳۹۷، «تولدی دیگر: مطالعه کیفی پدیده ی نوظهور صنایع دستی مدرن در عصر شبکه ها»، نشریه جامعه شناسی هنر و ادبیات، سال دهم، شماره ۱.
۴. شمس الدینی، علی، ۱۳۹۹، واکاوی موانع ورود شرکت های تعاونی صنایع دستی استان فارس به بازارهای جهانی، نشریه راهبرد توسعه، سال شانزدهم، شماره ۲.
۵. کنعانی، رضا و ذاکری مهربانی، حسین، ۱۳۹۹، بررسی ارتباط متقابل بین صنایع دستی و گردشگری و اقتصاد روستایی، پنجمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، همدان.
۶. موسوی، سیدنجم الدین؛ غفوریان شاگردی، امیر؛ سرشومی، علی، ۱۳۹۷، توسعه صنعت گردشگری از طریق برندسازی صنایع دستی (مورد مطالعه: صنایع دستی استان اصفهان)، نشریه گردشگری و توسعه، دوره هفتم، شماره ۴.
۷. نعیم آبادی، محمدرضا و تقوی، مهدی، ۱۳۹۹، بررسی موانع بازاریابی صنایع دستی، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی.
۸. نوری، نوش آفرین؛ رهکوی، علیرضا، ۱۳۹۵، شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر موفقیت نمایشگاه های تخصصی بین المللی در تهران، کنفرانس بین المللی مدیریت تغییر و تحول، تهران.
۹. یآوری، حسین، ۱۳۷۱، صنایع دستی و امکانات بالقوه ی آن، دست ها و نقش ها، شماره اول.
10. Aung, S. (2019). HANDICRAFTS, POTENTIAL SUSTAINABLE SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF RURAL COMMUNITY IN KACHIN STATE, MYANAMR. SOCIO-ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL ISSUES IN DEVELOPMENT, 618.
11. Hai, N. T., Duong, N. T., Huy, D. T. N., & Hien, D. T. (2021). Sustainable Business Solutions For Traditional Handicraft Product In The Northwestern Provinces Of Vietnam. Management, 25(1), 209-233.
12. Oesterreich, M. (2021). Displaying the "Mexican": National Identity and Transnational Entanglements at the New York World's Fair, 1939-40. In World Fairs and the Global Moulding of National Identities (pp. 265-299). Brill.
13. Sharma, R. (2017). Contemporary Challenges to Handicrafts & Artisans of India. A treatise on Recent Trends and Sustainability in Crafts & Design, 1, 6.
14. Wut, T. M., Chan, W. T., & Lee, S. W. (2021). Unconventional Entrepreneurship: Women Handicraft Entrepreneurs in a Market-Driven Economy. Sustainability, 13(13), 7261.
۱۵. پایگاه تحلیلی الفباخبر، بزرگ‌ترین نمایشگاه صنایع دستی جهان با حضور ایران افتتاح شد، ۱۳۹۷/۹/۱۲.

Investigating the factors affecting the presence of Iranian handicrafts in the world exhibitions

Ali Ansari¹, Attaullah Kopal²

Abstract

Handicrafts are artistic products that are made by hand or simple tools for decorative purposes or use in everyday life. Handicrafts can be considered as applied arts. On the one hand, they have creative artistic elements, and on the other hand, they are produced as a single product or a mass product for individual or social use. Handicrafts of Iran are an important part of the culture of our land and its products account for a significant share of the local economy in the traditional markets of Iran. The present study was conducted with the aim of investigating the factors affecting the presence of Iranian handicrafts in the world exhibition. This research is a qualitative-statistical research of the type of applied studies. In this research, the desired information has been collected in the field, by survey method and also by conducting interviews with experienced participants in these exhibitions, and it has been analyzed by logical reasoning method and using spss software. The obtained results have indicated that by encouraging, helping and guiding artisans as well as raising the level of their specialized and professional information and considering the existing different cultural fields, by creating recognition in the world trade arena, it is possible to gain a prestigious position in International level achieved. Also, preserving and strengthening handicrafts and its manifestation as one of the main pillars of the cultural life of our country and creating solidarity among handicraftsmen in the whole country can be offered in today's and modern areas and can be a way forward for handicrafts producers.

Key words: Iranian handicrafts, historical and social contexts, world exhibitions

سال هفتم، شماره ۱۲ (پیاپی: ۵۱)، اسفند ۱۴۰۱

پژوهش‌های علوم انسانی

ISSN: 2538-6298

1- Master's student in the field of art research, Adiban University, Garmsar. (Author)

Email: aliansari@adiban.ac.ir

2-Associate Professor, Department of Persian Language and Literature, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran