



فصلنامه علمی - پژوهشی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۴، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۷، صفحات ۴۶-۲۷

مطالعه کیفی زمینه‌های بقای دانش بومی کسب و کارهای

مردم محور در ایران

سوده بیات

دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی

حمید ضرغام بروجنی^۱

دانشیار مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی

حمزه خواستار

استادیار مدیریت دانشگاه خوارزمی

محمد تقی تقوی فرد

دانشیار مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی

(تاریخ دریافت: ۹۷/۳/۲۴ - تاریخ پذیرش: ۹۷/۵/۲۷)

چکیده

صنایع دستی اگرچه بخش مهمی از میراث فرهنگی جامعه را نشان می‌دهد، اما در دوران معاصر با چالشهایی روبرو شده و کسب و کارهای مرتبط با صنایع دستی به تدریج رونق خود را از دست می‌دهند. در پژوهش حاضر از طریق مصاحبه پژوهی کیفی، کارگاه‌های عبا و گلیم‌بافی محله محمدیه شهر نائین بررسی شدند. مشارکت کنندگان تحقیق بافندگان و مقامات محلی هستند که بر اساس قاعده اشباع و از طریق تکنیک گلوله برفی انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند به بقای صنایع دستی منطقه کمک کند. عوامل اثرگذار بر رونق صنایع دستی شامل عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، عملکرد نهادهای حکومتی و عوامل محیطی و کالبدی هستند. با برنامه‌ریزی یکپارچه در این چهار دسته عوامل و استفاده از دانش نوین راستای حفظ و توسعه دانش بومی و مدیریت دانش بومی می‌توان از طریق توانمندسازی مردم محلی و استفاده بهینه از ظرفیت‌های بومی رونق اقتصادی این کسب و کارها و پویایی جوامع محلی را فراهم ساخت.

واژگان کلیدی: دانش بومی، صنایع دستی، توسعه پایدار کسب و کار، کسب و کار مردم محور.

مقدمه

دو رویکرد توسعه برون‌زا^۱ و درون‌زا^۲ در توسعه جوامع مطرح است. توسعه برون‌زا حاصل سرمایه‌گذاری و حضور بنگاه‌هایی از بیرون جامعه است. در مقابل، توسعه درون‌زا، مردم محور و مبتنی بر دانش بومی و منابع محلی است (Ndlangamandla, 2014). در رویکرد درون‌زا بر توسعه صنایع خلاق و نوآور براساس هویت، فرهنگ، دانش، اقلیم و منابع داخلی جوامع تأکید می‌شود. رونق صنایع دستی و هنری سنتی به عنوان بخشی از صنایع خلاق و دانشی می‌تواند نقش موثری در توانمند سازی مردم محلی و توسعه پایدار جوامع محلی ایفا کند (Charungkaittikul & Henschke, 2014). و ضمن ایجاد درآمد و اشتغال، امکان ارتباط با جهان بیرون را فراهم آورده (Eversole, 2005) و زمینه ساز ارتباطات بین نسلی و هویت بخشی اجتماعی شود (Mustafa, 2011). اما در دوران معاصر به جهت سیاستگذاری متمرکز و یکساز توسعه، صنایع بومی به تدریج رونق خود را از دست داده‌اند و مردم محلی نیز تمایل کمتری به یادگیری و اشتغال به آن‌ها دارند (Holden & Connelly, 2004). از طرفی با توجه به تغییر در سبک زندگی و فرهنگ، کسب‌وکارهای صنایع دستی نمی‌توانند صرفاً به عملیات تجاری گذشته خود پایبند باشند (Charungkaittikul & Henschke, 2013) و باید متناسب با نیاز و تقاضای بازار توانمند شوند. بنابراین نیاز است بازنگری و بروز رسانی در دانش فنی و دانش مدیریت این کسب و کارها صورت گیرد. هدف این پژوهش شناسایی چالش‌های است که کسب و کارهای صنایع دستی در جوامع محلی به عنوان بخشی از فرهنگ و هویت جامعه در حفظ و توسعه دانش بومی خود مواجه هستند. برای حفظ و بقای کسب‌وکارهای صنایع دستی، استفاده مؤثر از دانش و مهارت نوین، شبکه‌سازی و ایجاد مشارکت اجتماعی ضرورت دارد (Kokko & Kyritsi, 2012). برای این امر نیاز به منابع دانش دیگری از جمله مشتریان، عرضه‌کنندگان، رقبا و محققان داشته و اگر راهبردی جامع و فراگیر برای آن در نظر گرفته نشود و زمینه خلاقیت و نوآوری در محصولات با توجه به تغییر در سبک زندگی‌ها ایجاد نشود، فراموش می‌شوند (Welsch & Kuhns, 2005).

در این پژوهش کارگاه‌های عبا و گلیم بافی محله محمدیه شهرستان نائین بررسی شده است. این صنعت در گذشته رونق و شهرت بالایی داشت و مردم محلی در مراحل مختلف زنجیره تولید این محصول فعالیت داشتند و به عنوان بخشی از هویت اجتماعی مردم محلی عمل می‌کرد. اما به تدریج رونق خود را از دست داده است و در حال حاضر تعداد کمی افراد مسن در این صنعت فعالیت دارند و بخشی از مراحل تولید آن نیز منسوخ شده است و اگر برنامه‌ریزی

1- Exogenous

2- Endogenous

یکپارچه‌ای صورت نگیرد، پیش بینی می‌شود به زودی دانش بومی این صنعت از بین برود. بنابراین هدف این پژوهش شناسایی زمینه‌هایی است که بر حفظ و توسعه دانش بومی بافت عبا و گلیم در محله محمدیه نائین اثر می‌گذارند.

مبانی نظری

مفهوم دانش بومی

دانش بومی^۱ دانشی منحصر به فرد و نظام‌مند است که از طریق انباشت تجربیات غیررسمی و درک صمیمی محیط در یک فرهنگ مشخص، کسب شده و جنبه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، معنوی و اخلاقی شیوه زندگی محلی را دربرمی‌گیرد (Langill, 2007). دانش محلی حاصل یکپارچگی دانش بومی، اصول اخلاقی و فرهنگ است که با جامعه محلی، فرهنگ بومی و محیط زیست انطباق یافته است (Jonjoubson, 2008). بخشی از دانش بومی در صنایع دستی و هنرهای سنتی آن‌ها متبلور می‌شود و نشان دهنده هویت اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی است.

کسب و کارهای مردم محور

هدف اصلی کسب و کارهای مردم محور توسعه اجتماعی از طریق افزایش کیفیت زندگی جامعه با مدیریت و مشارکت اعضای اجتماع است (Welsch & Kuhns, 2005) و نقش مهمی در ایجاد شغل و درآمد متناسب با مهارت‌های افراد جامعه، برابری جنسیتی، توسعه نهادهای مدنی، حفظ منابع طبیعی (Jonjoubson, 2008) و تقویت ریشه‌های اجتماعی از طریق سرمایه انسانی و اجتماعی دارند (Welsch & Kuhns, 2005). با توسعه کسب و کارهای مردم محور جوامع محلی در زمینه حل مسئله و مدیریت منابع توانمند می‌شوند و تاب آوری جوامع در مقابل تغییرات و شوک‌ها افزایش می‌یابد (Tambunan, 2000).

توسعه پایدار صنایع دستی

چمبرز یکی از خطرات روند توسعه را نامعتبر کردن واقعیت‌ها و نادیده گرفتن سنت‌ها، دانش، توانایی و نبوغ می‌داند (Limkriengkrai, 2010). ایده در نظر گرفتن فرهنگ به‌عنوان ستون چهارم توسعه پایدار در سال ۲۰۰۰ توسط جان‌هاوکنز مطرح شد. بر اساس این نظریه، تنوع فرهنگی، توسعه هنری و فعالیت‌های فرهنگی، خلاقیت فرهنگی و نوآوری همه ارزش‌های

1- Indigenous knowledge

غیرمادی توسعه انسانی هستند که در مرکز توجه توسعه پایدار قرار دارند (Austen & Deventer, 2010). دانش بومی، فرهنگ‌ها و شیوه‌های سنتی که توسط اعلامیه سازمان ملل به‌عنوان حقوق مردم بومی (۲۰۰۷) شناسایی شده‌اند، سهم زیادی در تنوع، غنی‌سازی تمدن‌ها و فرهنگ‌هایی دارد که به‌صورت جمعی، میراث مشترک بشریت را تشکیل می‌دهند (Duxbury, Jyoti, & Jordi, 2016). بنابراین در راستای توسعه پایدار جوامع، صنایع دستی بومی به‌عنوان بخشی از هویت اجتماعی باید مورد توجه قرار گیرد. برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار دانش بومی در جوامع محلی منجر به توسعه روابط میان فرهنگی، روابط بین نسلی، افزایش انسجام اجتماعی، یادگیری مادام‌العمر، توسعه کارآفرینی و خلاقیت به‌عنوان تضمینی برای رشد اقتصادی و توسعه پایدار می‌شود (Mustafa, 2011).

معرفی منطقه مورد بررسی

شهر نائین، مرکز شهرستان نائین یکی از بزرگ‌ترین شهرستان‌های استان اصفهان است. محمدیه یکی از محله‌های شهر نائین است. در مناطق کویری مانند محمدیه، زمین و خاک موجود در محل، قابل دسترس‌ترین ماده و سهل‌ترین امکان برای ایجاد بناها و فضاهای مدنظر بوده است. گونه معماری این مناطق، دستکند در زیر زمین است که وابستگی کامل به خاک دارد و نمونه‌های برجای مانده از آن که هنوز کاربری خود را دارد کارگاه‌های عبا‌بافی است که نشان دهنده درک والای معماران قدیم از ویژگی‌های خاک و بروز استعدادهای نهفته شان است (سلطانی محمدی و همکاران، ۱۳۹۳). عبا نائین یکی از ساده‌ترین دست بافته‌های ایرانی است که بدون هیچ نقشی بافته می‌شود و پوششی زمستانی است (مدنیان، ۱۳۹۵). در گذشته شغل اغلب مردم، بافت پارچه عبا بود، اما در حال حاضر ۱ یا ۲ نفر به‌صورت پاره‌وقت در هر کارگاه مشغول هستند. جنس پارچه عبا نائین از کرک شتر، بز و یا پشم گوسفند است و طول هر طاقه عبا ۶ متر و وزن آن ۲٫۵ کیلوگرم است. تا دهه ۱۳۵۰، عبا پوشش رایج مردم بوده و صادرات عبا به کشورهای عربی رواج داشته است. به تدریج با گرایش به فرهنگ غرب این پوشش سنتی رو به افول نهاده تا به امروز مصرف آن به حداقل رسیده است (طالبی، سلطان‌زاده، ۱۳۹۴) و بافندگان پارچه عبا به بافت گلیم روی آوردند. بافت پارچه عبا شامل چهار مرحله آماده‌سازی پشم (موکشی، حلاجی، ریسندگی)، بافت پارچه پشم شتر، پرداخت و اتوکشی است که در حال حاضر صرفاً آموزش بافت صورت می‌گیرد و باقی مراحل کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

پیشینه پژوهش

در رابطه با موضوعات دانش بومی کسب و کارهای مردم محور، صنایع دستی مطالعات کمی انجام شده است. با این حال تعدادی از پژوهش‌های مرتبط با موضوع در ادامه بررسی می‌شود. توامسوک و همکارانش در سال ۲۰۱۳ پژوهشی با عنوان «الگوی مدیریت دانش کسب‌وکارهای مردم محور: بنگاه‌های OTOP تایلند» انجام داده‌اند و در آن فعالیت‌های مدیریت دانش موثر بر موفقیت کسب‌وکارهای منتخب صنایع دستی در تایلند با صورت کیفی در سه مرحله بررسی عوامل موثر بر موفقیت این کسب و کارها و توسعه الگوی مدیریت دانش برای کسب و کارها مردم محور، بر اساس نظریه‌های مدیریت دانش است. یافته‌های تحقیق منجر به ارائه الگوی مدیریت دانش برای کسب و کارهای مردم محور صنایع دستی با توجه به مؤلفه‌های فرایندهای مدیریت دانش، فرایند مدیریت کسب‌وکارها و رهبری، فرهنگ‌های سازمانی، انسانی و دانشی شده است (Tuamsuk, Phabu, & Vongprasert, 2013). کومارکار در سال ۲۰۱۲ در مقاله‌ای با عنوان «فرایند دانش بنگاه‌های مردم محور دستبافه‌های روستایی، مطالعه روایی سمبالپوری بسترالایا در هند» به مطالعه موردی بنگاه‌های مردم محور روستایی که از دانش ضمنی و تجربیات سنتی استفاده می‌کنند، پرداخت و فرایند مدیریت دانش سنتی جامعه را با روش تحقیق کیفی روایت پژوهی بررسی کرد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که برای مدیریت فرایندهای دانش، بر ایجاد مهارت‌ها و دانش اعضا مانند ایجاد مهارت‌ها و دانش متنی علاوه بر دانش ضمنی عمومی موجود، ایجاد شایستگی در بین اعضا و تسخیر دانش جدید، تبلور دانش جدید مبتنی بر مشتری و یادگیری سازمانی و در آخر، حفظ و درونی کردن دانش تمرکز می‌شود (Kar, 2012). نایپینیت در سال ۲۰۱۵ مقاله‌ای با عنوان «مدیریت استراتژیک بنگاه‌های مردم محور در مناطق شمال تایلند» منتشر کرد. هدف از این پژوهش، مطالعه نقاط قوت و چالش‌های بنگاه‌های مردم محور و ارزیابی دستور کار مدیریت راهبردی است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بنگاه‌های مردم محور با مسائل متعددی مانند چالش‌های بازاریابی و ناتوانی در انتقال کسب‌وکار به نسل بعدی مواجه هستند. با این حال نقاط قوت بنگاه‌های مردم محور حمایت و پشتیبانی بالای دولتی و فرصت ارائه صنایع دستی با توجه به احتیاجات مشتریان است. در این مقاله، نویسنده هشت دستورالعمل استراتژیک به بنگاه‌های مردم محور توصیه کرده و در نهایت توصیه کرده که نمایندگان حکومتی حامی کسب‌وکارهای مردم محور باید بیشتر به آموزش همه جنبه دانش مدیریت توجه کنند و مرکزی برای این منظور ایجاد کنند (Naipinit et al., 2016).

روش‌شناسی تحقیق

در پژوهش حاضر برای شناخت زمینه‌های بقای دانش بومی کسب‌وکارهای مردم محور، از رویکرد مصاحبه پژوهی کیفی استفاده شد. گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام گرفت. مشارکت‌کنندگان تحقیق شامل بافندگان و مقامات سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی شهرستان نائین به عنوان افراد شاغل در این کسب و کارها و مطلع از شرایط هستند. برای انتخاب تعداد مشارکت‌کنندگان موردنیاز تحقیق از قاعده اشباع پیروی شده است (Maykut & Morehouse, 1994). انتخاب نمونه‌های تحقیق نیز از طریق تکنیک گلوله برفی انجام شد. نهایتاً با ۱۰ نفر از اعضای جامعه مشارکت‌کنندگان موردنظر مصاحبه انجام گرفت. از این تعداد ۴ نفر از مشارکت‌کنندگان از جوانان فعال این صنعت و ۴ نفر از افراد مسن، ۲ نفر نیز مدیران و مسئولین سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی شهرستان نائین هستند. انتخاب هر مصاحبه‌شونده نیز به این صورت بوده است که هرکدام از شرکت‌کنندگان، یک یا چند نفر دیگر را به پژوهشگر معرفی کردند. در جدول زیر، مشخصات هرکدام از مشارکت‌کنندگان پژوهش به تفکیک نشان داده شده است.

جدول ۱- مشخصات مشارکت‌کنندگان

شماره مصاحبه	نام موسسه متبوع	پست و حوزه فعالیت	رسته مشارکت‌کنندگان
مشارکت‌کننده شماره ۱	کارگاه مدنیان	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین (جوان‌ترین عبا باف)	هنرمندان بافت عبا و گلیم
مشارکت‌کننده شماره ۲	موزه مردم‌شناسی شهر نائین	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین	هنرمندان بافت عبا و گلیم
مشارکت‌کننده شماره ۳	کارگاه مدنیان	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین	هنرمندان بافت عبا و گلیم
مشارکت‌کننده شماره ۴	کارگاه سلطانی	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین	هنرمندان بافت عبا و گلیم
مشارکت‌کننده شماره ۵	سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	سابقه کاری در زمینه مدیریت میراث فرهنگی و صنایع دستی	مدیر سازمان میراث فرهنگی شهرستان نائین
مشارکت‌کننده شماره ۶	سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	سابقه کاری در زمینه میراث فرهنگی و صنایع دستی	کارشناس سازمان میراث فرهنگی نائین
مشارکت‌کننده شماره ۷	کارگاه عابدینی	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین	هنرمندان بافت عبا و گلیم

شماره مصاحبه	نام موسسه متبوع	پست و حوزه فعالیت	رسته مشارکت‌کنندگان
مشارکت‌کننده شماره ۸	کارگاه قاسمی	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین	هنرمندان بافت عبا و گلیم
مشارکت‌کننده شماره ۹	کارگاه عابدینی	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین	هنرمندان بافت عبا و گلیم
مشارکت‌کننده شماره ۱۰	کارگاه رضانی	تخصص و تجربه اجرایی در بافت عبا و گلیم نائین	هنرمندان بافت عبا و گلیم

برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها از روش تجزیه و تحلیل تم^۱ استفاده شد (رولستون، ۲۰۰۱). با بهره‌گیری از این فن، داده‌های تحقیق در سه سطح داده، مفهوم و تم طبقه‌بندی شدند (Braun & Clarke, ۲۰۰۶). بنابراین ضمن مطالعه دقیق متون، برای هر یک از مصاحبه‌های تهیه‌شده، تمامی ایده‌های مستقل در قالب مفاهیم (مانند نبود تقاضا برای محصول) و تم‌های فرعی (مانند عوامل اقتصادی) شناسایی و سپس به هر کدام یک کد اختصاص داده می‌شود. جدول شماره ۱ نمونه‌ای از مفاهیم شناسایی‌شده در یک مصاحبه را نشان می‌دهد. این فرایند برای هر کدام از مصاحبه‌ها انجام شد و در صورت وجود بخش‌هایی با مضامین مشابه در متن مصاحبه‌های قبلی، از همان کدهای قبلی اختصاص داده‌شده به‌عنوان نشانگر آن‌ها استفاده شد. سپس بر اساس تمامی تم‌های فرعی شناسایی‌شده در کل تحقیق، دسته‌بندی کلی‌تری انجام شد که به شناسایی تم‌های اصلی منجر شد.

جدول ۲- مفاهیم و تم‌های فرعی شناسایی‌شده در متن یک نمونه مصاحبه

کد مفهوم	عنوان مفهوم شناسایی‌شده و نقل قول مرتبط با آن	کد تم فرعی	عنوان تم فرعی
مفهوم ۱۳	بازاریابی و تبلیغات (کاربردی نیست، چیزی که تولید می‌شود اگر صرفاً به‌عنوان عبا استفاده شود، هم هوا نسبت به قبل گرم شده، هم فرهنگ جامعه نسبت به قبل نه فقط در ایران بلکه در کشورهایی که قبلاً مصرف‌کننده این پارچه بوده‌اند تغییر کرده است، به خاطر همین خریدارش کم هست)	تم فرعی ۱	جنبه‌های اقتصادی
مفهوم ۱۱	تقاضای محصول (گلیم چرا مشتری بیشتری دارد چون ارزان‌تر درمی‌آید، مواد اولیه‌اش در دسترس است و آن مراحل عبا را ندارد.)		
مفهوم ۱۲	عرضه مواد اولیه و محصول (یکی از چالش‌های بافت عبا، بحث ریسندگی و موکشی است که پیرزن‌ها انجام می‌دهند و الآن رسیدن را بیشتر از یکی دو نفر نمی‌توانند انجام دهند و خیلی هم دستمزدها پایین است.)		

عنوان تم فرعی	کد تم فرعی	عنوان مفهوم شناسایی شده و نقل قول مرتبط با آن	کد مفهوم
		درآمد (به جز پیرمردها که امرار و معاششان در حد خیلی کم است، اگر یک جوان کل سرمایه اش را بابت این کار بگذارد صرفه اقتصادی ندارد).	مفهوم ۱۴
جنبه های اجتماعی- فرهنگی	تم فرعی ۲	آموزش و یادگیری (به نظر من در خصوص خلاقیت و کارآفرینی، جذب مشتری نیاز باشد، بازاریابی الکترونیک یا شبکه های مجازی شاید نیاز باشد آموزش ببیند، اما باید بررسی شود، تا الآن کاری انجام نداده ایم و احساس نیاز هم نشده است)	مفهوم ۱
		تغییر فرهنگ و سبک زندگی (فرهنگ پوشش جامعه نسبت به قبل تغییر کرده است)	مفهوم ۲
		همگرایی صنفی ضعیف (ما پیشنهاد ایجاد یک شرکت تعاونی دادیم، پیگیری کردیم کارهایش را انجام دادیم اما خودشان خیلی تمایلی ندارند. اگر این قضیه اتفاق بی افتد این مشکلات بهتر حل می شود چون باهم مشترک شوند، اختلافاتشان کمتر می شود. اختلافشان سر جذب مشتری است.)	مفهوم ۳
		رفتار غیر حرفه ای در زنجیره ارزش کالا (کسی این جا چشم دیدن یکی دیگر را ندارد، این می خواهد آن یکی را خرد کند، این کار اشتباهی است می توانیم مسالمت آمیز بر روی قیمت توافق کنیم)	مفهوم ۴
		استعداد و علاقه به کار (یک چیزی هست در بافندگی که آن ذات دست فرق می کند، یک نفر ذاتاً دستش به پارچه ظریف بافت می رود اما یک نفر نه هر چقدر تلاش کند پارچه خوب نمی شود)	مفهوم ۸
جنبه های عوامل حکومتی	تم فرعی ۳	نبود سیستم نظارت و کنترل کیفی (ما کارمان را خودمان ضمانت می کنیم، می گوئیم کل منطقه را بگردد اگر پیدا کرد به هر قیمتی که گفتند به همین قیمت می دهیم و یا اگر گفتند تقلبی است یا خراب شد قبول می کنیم)	مفهوم ۵
		سیاست های استاندارد و عدم توجه به شرایط هر منطقه (خیلی کارها و خیلی طرح ها در میراث داریم که نمی توانیم عملیاتی کنیم به خاطر دست و پاگیر بودن روند اداری، ذی حساب از اداره دارایی آوردن که تصمیم بگیرد من چه بگیریم و نگیرم، خب آن اطلاعی از میراث فرهنگی ندارد)	مفهوم ۷
		سوء مدیریت در بخش دولتی (برایشان مهم نیست، برای سازمان میراث هم مهم نیست، برای آن ها مهم است گردشگر بیاید این جا و آمار گردشگران بالا برود، حتی اگر بافنده نباشد و فقط کارگاه باز باشد).	مفهوم ۶
		نبود سازمان های مردم نهاد (سازمان های مردم نهاد این جا فعالیت ندارند، خود مردم محلی کارگاه ها را راه اندازی کردند و میراث هم تا جایی که می توانست حمایتشان کرد)	مفهوم ۹
جنبه های محیطی- کالبدی	تم فرعی ۴	اثر گردشگر (یکی از دلایل بزرگی که باعث شده عبا ماندگاری داشته باشد حضور گردشگران در کارگاه های عبا بافی محمدیه است.)	مفهوم ۱۰
		منحصربه فرد بودن فرایند تولید (به واسطه کاردستی که به صورت خاص است و گردشگر خیلی دوست دارد این قضیه را ببیند باعث شده که این جا کار به عنوان جاذبه محسوب شود)	مفهوم ۱۵

عنوان تم فرعی	کد تم فرعی	عنوان مفهوم شناسایی شده و نقل قول مرتبط با آن	کد مفهوم
		منحصربه‌فرد بودن مکان (یکی از دلایل حضور گردشگران به جهت طبیعی بودن کارگاه‌های عبا بافی است که در دل زمین کنده شده است)	مفهوم ۱۶
		مقصد گذری بودن شهر نائین (بینید این یکی از مشکلات گردشگران نائین است بعد از شهرستان اصفهان و کاشان ما بیشترین گردشگر خارجی را در نائین داریم، اما متأسفانه این‌جا مقصد نیست محل عبور است، دلایل متعددی دارد)	مفهوم ۱۷

برای سنجش پایایی مصاحبه‌ها، از روش پایایی بازآزمایی و روش توافق درون موضوعی استفاده شد (خواستار، ۱۳۸۸). برای پایایی بازآزمایی، تعداد ۳ مصاحبه انتخاب شده و هرکدام از آن‌ها دو بار در یک فاصله زمانی ۱۵ روزه توسط پژوهشگر کدگذاری شده‌اند. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول زیر آمده است:

جدول ۳- محاسبه پایایی باز آزمون

ردیف	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی باز آزمون (درصد)
۱	۶۶	۲۷	۱۲	۸۱
۲	۶۷	۳۰	۷	۸۹
۳	۱۰۷	۴۳	۲۱	۸۰
کل	۲۴۰	۱۰۰	۴۰	۸۳

پایایی باز آزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق با استفاده از فرمول ذکر شده، برابر ۸۳ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است (Kvale, ۱۹۹۶, p. ۲۳۷)، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است. برای محاسبه پایایی بین دو کدگذار نیز محقق به همراه یکی از همکاران پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق بین کدگذاران محاسبه شد. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول زیر آمده است:

جدول ۴- محاسبه پایایی بین دو کدگذار

ردیف	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بین دو کدگذار (درصد)
۱	۸۴	۳۳	۱۸	۷۸
۲	۷۴	۲۷	۲۰	۷۲
۳	۹۱	۳۶	۱۹	۷۹
کل	۲۴۹	۹۶	۵۹	۷۷

پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق با استفاده از فرمول ذکر شده برابر ۷۷ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است

(Kvale, ۱۹۹۶ p. ۲۳۷)، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

یافته‌های تحقیق

عوامل اقتصادی (تقاضای محصول)

توجه به هنر و صنایع دستی برای توسعه اقتصادی جوامع محلی پیامدهای مثبتی، از جمله دسترسی به فرصت‌های درآمدی با استفاده از مهارت‌های موجود دارد که به حفظ کیفیت زیستی جوامع و شیوه‌های معیشتی سنتی کمک می‌کند. بنابراین با توجه به دانش بومی جوامع محلی به‌ویژه صنایع دستی، افراد در زمینه ارتباط با بازارهای بیرونی توانمند می‌شوند و از توانایی‌هایشان برای ایجاد طرح‌های خلاقانه برای کسب تقاضا باقیمت مناسب استفاده می‌کنند (Eversole, ۲۰۰۵). "تنها کاری که ما می‌توانیم بکنیم تولید کاربری‌های جدید و تعریف کاربری‌های جدید برای عبا و گلیم است." "این‌ها طرح‌هایی بوده که قبلاً باقیم، ایشان طبق بازاریابی که کرده است مشتری پیدا کرده و مشتری دوباره از آن طرح خواسته است."

عرضه مواد اولیه

در دوران معاصر صنایع دستی به‌عنوان صنایع خلاق سهم مهمی در حیات جوامع محلی دارند (Wijngaarde, ۲۰۰۷) اما با تغییرات اجتماعی برخی از قسمت‌های زنجیره تولید صنایع دستی با مشکلاتی مواجه شده است. یکی از معضلات و مشکلات صنعت عبا و گلیم بافی نائین، تهیه نخ موردنیاز است. موکشی و رسیدن نخ در گذشته به عهده خانم‌ها بوده است. به گفته مشارکت کنندگان در حال حاضر به جز چند خانم مسن کسی انجام نمی‌دهد. بنابراین ضمن از بین رفتن تدریجی دانش بومی آن، ماده اصلی تولید پارچه عبا نیز به‌سختی تهیه می‌شود و همین امر مانع تولید عمده این محصول می‌شود. "یک موضوعی هم بحث رسیدگی و موکشی است که پیرزن‌ها انجام می‌دهند و الان رسیدن به یکی دو نفر و خیلی هم دستمزدشان پایین است."

همچنین به جهت اینکه فناوری بافت عبا و گلیم به‌روزرسانی نشده است، در حال حاضر اغلب از دستگاه‌های قدیمی بدون تغییر خاصی استفاده می‌شود، اما افراد توانایی ساخت ابزارها و دستگاه‌ها را ندارند. "هنوز از میان کسانی که بافت عبا و گلیم را در میراث آموزش دیده‌اند، کسی شروع به کارنکرده است، به‌خصوص که دفتین، شانه، نوردها و دستگاه‌ها به‌سختی پیدا می‌شوند، نجارها هم نمی‌سازند و، یکی دو تا هم که ساختن چیزی که باید باشد، نیست."

بازارسازی و بازاریابی

بازاریابی مؤلفه اصلی هر زنجیره ارزش است و اطلاعات بازار باید به‌طور مستمر به زنجیره تزریق شود. برای صنایع دستی محلی شروع بازار گردشگران هستند در محله محمدیه نائین نیز آنچه تاکنون منجر به بقای کارگاه‌ها شده است بازدید گردشگران از کارگاه‌ها، و به‌ویژه خرید گلیم است. سازوکارهای متعدد بازاریابی و رسانه‌ای از جمله شرکت در نمایشگاه‌های صنایع دستی داخلی و خارجی، چاپ بروشور و نصب پارچه نوشته و معرفی فرایند کار و محصول توسط برنامه‌های مستند وجود دارد. همچنین فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک می‌تواند زمینه موفقیت بازاریابی و بازار سازی صنایع دستی را فراهم آورد (Wijngaarde, 2007). به گفته مشارکت‌کنندگان، در کارگاه‌ها عبا و گلیم‌بافی نائین از سازوکارهای بازاریابی مطرح شده به‌صورت موردی استفاده می‌شود. برخی بافنده‌ها در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی شرکت کرده‌اند، بروشورهایی نیز تهیه شده است. همچنین ثبت ملی عبا نائین به‌عنوان میراث ناملموس و تلاش برای ثبت نائین به‌عنوان شهر عبا زمینه لازم برای شناساندن این صنعت و جذب بازارهای مناسب است. در زمینه تبلیغات الکترونیک، سازمان میراث فرهنگی اقدام به راه‌اندازی سایت جهت معرفی جاذبه‌های شهر نائین نموده است، برخی از بافنده‌ها نیز از شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغات استفاده کرده‌اند. "در خصوص تبلیغات به‌خصوص در مواقع پر گردشگر سال آنچه از دست میراث بریاید، انجام می‌دهد اما بیشتر سطحی بوده مانند تهیه بروشور، مصاحبه‌های مختلف تلویزیونی، همچنین حضور بافندگان در چندین مورد نمایشگاه‌های سرتاسری که برگزار شده است."

درآمد

موضوع مهمی که توسط اغلب مشارکت‌کنندگان مطرح شد این است که درآمد حاصل از آن پایدار و مستمر نیست و اغلب بافنده‌ها به‌عنوان شغل دوم به آن اشتغال دارند. گردشگران تمایل بیشتری به خرید گلیم دارند. با توجه به وابستگی فروش محصولات به بازدید گردشگران، مانند اغلب صنایع وابسته به گردشگری؛ فعالیت کارگاه‌ها نیز اغلب فصلی است. همچنین میزان درآمد حاصل از بافت عبا و گلیم به‌تنهایی برای گذران زندگی کافی نیست و به گفته مشارکت‌کنندگان در گذشته نیز به‌عنوان شغل دوم و در اوقات فراغت به آن مشغول بوده‌اند. "آینده ندارد؛ هر جوانی که بخواهد بیاید، پیش یکی از این پیرمردها بگوید، به‌شدت ممانعت می‌کنند."

عوامل اجتماعی - فرهنگی

آموزش و یادگیری

انطباق دانش محلی با تغییرات بیرونی در درجه اول بستگی به شبکه‌های آموزش رسمی و غیررسمی دارد. هرچه شبکه یادگیری محلی پویاتر و با شبکه یادگیری بیرونی مرتبط باشد، امکان مقابله در برابر شوک‌های خارجی و داخلی که دانش بومی و محلی را متاثر می‌سازد بیشتر می‌شود (Roy & Peter, 2006). بنابراین، برای حفظ و توسعه دانش بومی عبا و گلیم‌بافی نائین نیاز است شبکه آموزش رسمی و غیررسمی با یکدیگر مرتبط شوند و دانش محلی، دانش روز و فناوری‌های نو را مورد توجه قرار دهد. از نظر مشارکت‌کنندگان بی‌توجهی به ارزش‌ها و دانش محلی در آموزش‌های رسمی منجر به بیگانه شدن نسل‌های جدید با فرهنگ و دانش بومی شده است. "یکی از مشکلات بحث بعد فرهنگی آموزش و پرورش است، به جای بسیاری موضوعات که مطرح می‌شود باید برداشته‌های یک جامعه تأکید شود و به دانش آموزان القا شود که این هنر ارزشمند است که تحصیل کرده‌های هر جامعه بر روی داشته‌های خود سرمایه‌گذاری کنند، ابتکار عمل و خلاقیت به خرج دهند."

تغییر فرهنگ و سبک زندگی

صنایع دستی بخشی از هویت جوامع است که قدرت نرم نامیده می‌شود (Chudasri, Walker, & Evans, 2013). با تأثیرپذیری جامعه از تغییرات فرهنگی، ارزش‌های اجتماعی به تدریج تغییر کرده است. اگر برنامه‌ریزی دقیقی صورت نگیرد صنایع دستی و دانش بومی جوامع با تغییر در فرهنگ و سبک زندگی جوامع از بین می‌رود. یکی از عوامل اصلی بی‌رونق شدن عبا و گلیم‌بافی نائین، تغییر در سبک پوشش است. بنابراین، نیاز است تغییر در کاربری آن‌ها ایجاد شود و با فرهنگ و سبک زندگی حاضر متناسب شود. "در بحث عبا نوع لباس تغییر کرده است. در همین نائین همه یک عبا در خانه داشتند الآن دیگر به این شکل نیست" "می‌دانید خودشان را حقیر و کوچک می‌دانند. من همیشه سعی کردم بگویم هنر عبا بافی، ارتقایشان می‌دهد که آقا این هنر است و کسی که این کار را انجام می‌دهد هنرمند است."

همگرایی صنفی ضعیف

در فعالیت‌های مشارکتی، ذی‌نفعان باید در تصمیم‌گیری‌ها نقش فعالی داشته باشند. ایجاد ارتباط مشارکتی در بین اعضا منجر به جلب اعتماد می‌شود. در چنین فعالیتی همکاری‌ها باید مرتباً ارزیابی و نیازهای جدید شناسایی و رفع شود و اعضای گروه به نفع جمع قدرت را به افراد شایسته واگذار کنند. عبا و گلیم‌بافان نائین به سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی اعتماد ندارند و در میان خودشان نیز رقابت ناسالم وجود دارد. "این‌ها بیشتر به ما

(مستولین سازمان میراث فرهنگی) دستور می‌دهند تا بخواهند از ما حرف‌شنوی داشته باشند." "با یکدیگر نیز مشارکت و همکاری ندارند و در برخی موارد باهم رقابت ناسالم دارند که تأثیر منفی بر کیفیت و قیمت محصولات تولیدی دارد و در نهایت کل مجموعه را تضعیف می‌کند."

رفتار غیر حرفه‌ای در زنجیره ارزش تولید

دانش محلی، دانشی منحصربه‌فرد و نظام‌مند است که از فرهنگ جامعه به دست می‌آید (Henschke, 2015). عبا و گلیم بافان محمدیه نائین به جهت توسعه محصول به دنبال مکانیزه کردن مراحل تولید هستند که ضمن کاهش کیفیت، دانش بومی مراحل تولید را از بین می‌برد، بنابراین نیاز به برنامه‌ریزی صحیح است تا ضمن حفظ دانش بومی، کیفیت و سرعت تولید بهبود یابد. همچنین بافندگان در خصوص قیمت و کیفیت با یکدیگر همسو نیستند و رقابت سالم بین آن‌ها وجود ندارد. در حالیکه با همفکری هم می‌توانند راهکارهای مناسبی برای رفع مشکلات ارائه دهند. "تنها کاری که می‌شود انجام داد مکانیزه کردن کار است، البته باز کیفیت کار دست را نخواهد داشت، یکی از خصوصیات بارز نخ دستی این است که کم تاب است به خاطر همین باعث می‌شود که جنس عبا جنس خاص و پارچه خاصی شود."

استعداد و علاقه به کار

توانمندسازی افراد برای توسعه محلی نیاز به ابزارهای آموزشی مبتنی بر مشارکت داوطلبانه و تعامل نسل‌ها دارد (Bogataj, Del Gobbo, & Slanica, 2014). از آنجا که مانند بسیاری از شاخه‌های هنری، بافت عبا و گلیم نیاز به استعداد و علاقه دارد، یکی از عوامل مؤثر در خلاقیت و نوآوری در بافت عبا و گلیم این است که افرادی که استعداد در این زمینه دارند و علاقه‌مند هستند در این حوزه فعالیت کنند. "در بافندگی ذات دست فرق می‌کند، یک نفر ذاتاً دستش به پارچه ظریف بافت می‌رود، اما یک نفر نه، هرچقدر تلاش کند پارچه خوب نمی‌شود."

عوامل نهادی و حکومتی

نبود سیستم نظارت و کنترل کیفی

در همه مراحل توسعه محصول؛ کیفیت اهمیت دارد. بنابراین استقرار و استفاده دقیق از استانداردها و معیارها به مفهوم ظرفیت‌سازی تجاری خدمات باید انجام شود (Wijngaarde, 2007). اغلب مشارکت‌کنندگان به نبود نظارت بر کیفیت و قیمت محصولات اشاره کرده‌اند که تأثیر منفی بر اعتماد مشتری خواهد داشت. از آنجاکه تشخیص کرک، پشم و کاموا، کیفیت بافت و رنگ طبیعی و شیمیایی به آسانی ممکن نیست، امکان فروش کار بی‌کیفیت باقیمت بالا وجود دارد که نیاز است استانداردها و معیارهایی برای کیفیت کار تعریف شود.

"می‌شود نظارت کرد، ولی خب بعید می‌دانم که نتیجه داشته باشد، چون تنوع زیاد هست، یکی ممکن است خوب درآید یکی ممکن است خوب درنیاید یا رنگش مرغوب نباشد."

سیاستگذاری استاندارد بدون توجه به ویژگی‌های جوامع

جوامع بومی واحدهای اجتماعی هستند که در مدیریت منابع طبیعی نقش مهمی دارند و از گذشته‌های دور معیشت آن‌ها به طبیعت وابسته بوده است و به صورت سنتی از آن بهره‌برداری پایداری داشته‌اند. در برنامه‌ریزی‌های کلان و تخصیص بودجه جهت توسعه مناطق باید مشخصه‌های زیستی و فرهنگی جوامع بومی توجه شود و برنامه‌ها همسو با حفظ و توسعه پایدار این مشخصه‌ها باشد، بدون توجه به این ویژگی‌های منحصربه‌فرد و ظرفیت‌های بومی به تدریج تنوع فرهنگی و زیستی این جوامع از بین می‌روند. "تقاضای من این است مسائل در سیاستگذاری کلان مطرح شود، چون سیاست‌های کلان می‌تواند به رونق این قضیه کمک کند." "ذی‌حساب به ما اجازه نمی‌دهند بودجه را به شکلی که می‌خواهیم هزینه کنیم و بابت هر نوع تبلیغی مثل نصب پارچه نوشته یا راه‌اندازی وب‌سایت باید پاسخگو باشیم."

سوء مدیریت بخش دولتی

وظیفه دولت تعیین و تدوین قوانین، ضوابط و دستورالعمل‌ها از یک سو و نظارت بر صحت انجام آن‌ها از سوی دیگر، برقراری ثبات سیاسی، اقتصادی، حفظ صلح و امنیت و معرفی و تبلیغ قابلیت‌های کشور در سطح ملی و بین‌المللی است که منجر به توسعه گردشگری می‌شود و به حفظ و توسعه صنایع بومی و محلی کمک می‌کند (احسانی، ۱۳۹۴). همچنین استفاده از تجارب بین‌المللی و تلاش برای بومی‌سازی این درس‌های آموخته با تکیه بر توانایی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد از دیگر نقش‌های دولت محسوب می‌شود. اما شفاف و کامل نبودن قوانین و ضوابط و نبود نظارت کافی بر نتایج بودجه‌های اختصاص یافته و بازخور عملکرد سازمان‌های دولتی به عنوان سوء مدیریت دولت از سوی مشارکت کنندگان مطرح گردید. "میراث فرهنگی دنبال درآمد خودش است و اگر نه به جای شرکت در نمایشگاه کاری می‌کرد که گردشگر بیاید در کارگاه بافت عبا را ببیند."

نبود مشارکت‌های مردمی و سازمان‌های مردم‌نهاد

کسب و کارهای صنایع دستی اغلب در تأمین مواد اولیه، سرمایه موردنیاز، عرضه و فروش تولیدات با مشکل مواجه هستند. تشکل‌های محلی، منطقه‌ای و یا ملی می‌توانند در تسهیل فعالیت‌های آن‌ها موثر باشند. بنابراین، تشکیل تعاونی می‌تواند به تسهیل فعالیت‌ها و خدمات‌رسانی توسط سازمان‌های دولتی و حمایتی کمک کند (Kar, 2012). سازمان میراث شهرستان نائین به دنبال ایجاد تعاونی است، اما صنعتگران به جهت قبول نداشتن همدیگر برای

تشکیل تعاونی مشارکت نمی‌کنند. همچنین سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها) تاکنون در شهر نائین فعالیت نداشته‌اند. "معمولاً باهم متحد نیستند و ما نزدیک ۲ سال است می‌گوییم شرکت تعاونی تشکیل دهید و خیلی از کارها را می‌شود در قالب شرکت تعاونی انجام داد، یکی از خودشان را هم مأمور کردیم که این کار را دنبال کند ولی قبول نمی‌کنند. حاضر نیستند عضو شوند."

عوامل محیطی - کالبدی

اثر گردشگر

بسیاری از گردشگران فرهنگی در دنیای امروز به دنبال تجربه جوامع محلی هستند و می‌خواهند ارتباط مستقیم با زندگی روزانه مردم محلی داشته باشند. با افزایش علاقه به میراث ناملموس شکل جدید گردشگری فرهنگی با عنوان گردشگری خلاق در حال ظهور است (Korez-Vide, 2013). کارگاه‌های عبا بافی نائین هم به لحاظ ویژگی‌های معماری و فرایند تولید برای گردشگران جذاب هستند، در حال حاضر تورهای گردشگری از کارگاه‌ها بازدید می‌کنند، اما هنوز گردشگران، تعاملی با مردم محلی و فرایند تولید عبا و گلیم در کارگاه‌ها برقرار نمی‌کنند. "یکی از دلایل بزرگی که باعث شده عبا ماندگاری داشته باشد حضور گردشگران در کارگاه‌ها است."

جاذبه‌های گردشگری منحصربه‌فرد منطقه

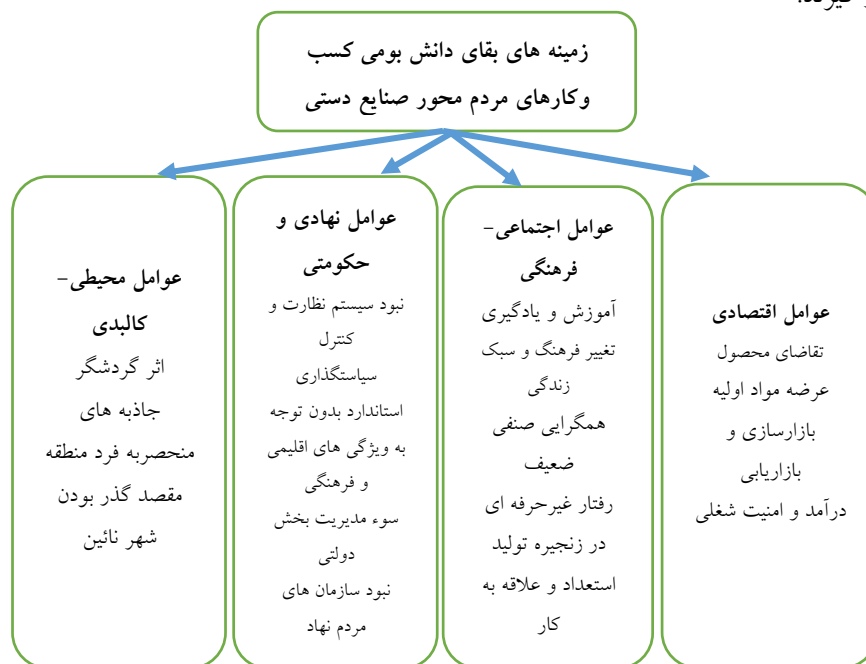
یکی از مزیت‌های موجود معماری دستکند کارگاه‌ها است که ریشه در هویت و اصالت منطقه دارد. علاوه بر این فرایند تولید پارچه عبا و گلیم نیز می‌تواند به‌عنوان جاذبه گردشگری موردتوجه قرار گیرد و زمینه را برای توسعه گردشگری تجربه‌گرا در منطقه فراهم آورد. بنابراین با حضور گردشگران مردم محلی رفته‌رفته نسبت به ارزش‌های هویتی منطقه خودآگاه می‌شوند و به معرفی بیشتر آن به گردشگران ترغیب می‌گردد و بنابراین برای حفظ ریشه‌های فرهنگی و دانش بومی‌شان تلاش می‌کنند. "حضور گردشگران به جهت طبیعی بودن کارگاه‌های عبا بافی است که در دل زمین کنده شده است، دوم به‌واسطه کاردستی که به‌صورت خاص است و گردشگر دوست دارد این قضیه را ببیند باعث شده که این‌جا به‌عنوان جاذبه محسوب شود."

مقصد گذر بودن شهر نائین

فعالیت‌های مرتبط با صنایع دستی مانند بازدید از کارگاه‌ها و فرایند تولید، برگزاری جشنواره‌های محلی، بازدید از فروشگاه‌های صنایع دستی می‌تواند مدت اقامت را افزایش دهد و با اضافه شدن یک روزه برنامه سفر، سود هتل‌ها، رستوران‌ها، تورگردان‌ها و مراکز خرده‌فروشی سطح شهر افزایش می‌یابد. نائین مقصدی است که معمولاً محل گذر تورهای گردشگری از

تهران به استان‌های جنوب و جنوب شرق کشور است که اغلب در نائین اقامت ندارند و این موضوع بر بازدید گردشگران از کارگاه‌های بافت عبا و گلیم و تصمیم‌گیری برای خریدشان تأثیر می‌گذارد. "یک موضوع بوم گردی است ما در نائین بوم گردی نداریم و توقف گردشگران در کارگاه‌ها ۲۰ دقیقه بیشتر نیست."

مطابق با موارد بیان شده، مقوله‌هایی که بر حفظ و توسعه دانش بومی کسب و کارهای مردم محور صنایع دستی اثرگذار هستند را می‌توان در چهار محور اصلی دسته بندی کرد که عبارتند از عوامل اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، نهادی و حکومتی و محیطی- کالبدی. در مدل زیر این زمینه‌ها ترسیم شده‌اند و هر یک از این موارد باید به صورت یکپارچه و هم پیوند در برنامه‌ریزی در راستای حفظ و توسعه دانش بومی کسب و کارهای مردم محور صنایع دستی مورد توجه قرار گیرند.



شکل ۱- چارچوب مفهومی تحقیق.

بحث

کلیه شرکت‌کنندگان به نقش بازار و جنبه‌های اقتصادی مانند درآمد، تقاضای کم محصولات و مشکلات تهیه مواد اولیه و متناسب نبودن محصولات تولیدی با نیاز بازار اشاره کردند و اینکه جوانان تمایل به کار در کارخانه‌های فعال در حاشیه شهر به عنوان نمونه سرمایه‌گذاری بیرونی

به جای اشتغال به صنایع دستی به عنوان توسعه درونی دارند و نسل‌های جدید بافت عبا و گلیم را یاد نگرفته‌اند، زنان جامعه که کار موکشی و ریسندگی را انجام می‌دادند نیز حاضر به انجام کار نیستند. در پژوهشی که توسط منان (۲۰۱۰) در خصوص بازاریابی دهکده‌های صنایع دستی در هند انجام شده است به طراحی ضعیف، مواد اولیه بی‌کیفیت و رویکردهای بازار ناکارآمد به عنوان علت رکود کسب‌وکارهای صنایع دستی اشاره شده است و برای حل این مشکلات به کسب اطلاعات از بازار تقاضا و فقدان طراحی ارزش محور محصولات و ناتوانی کسب‌وکارهای صنایع دستی را در پذیرش فنون بازاریابی معاصر اشاره دارد (Menon, ۲۰۱۰). بنابراین کسب وکارهای صنایع دستی نیاز به بانک اطلاعاتی برای جمع‌آوری اطلاعات بازار دارند که با آموزش فنون نوین بازار و آشنایی مردم محلی با فناوری اطلاعات محقق می‌شود. از جنبه اجتماعی- فرهنگی ترغیب افراد جامعه به فعالیت در حوزه صنایع دستی و سستی نیازمند هویت بخشی در جامعه است که منجر به ارزشمند شدن داشته‌های فرهنگی و دانش بومی برای نسل جدید می‌شود و در نتیجه ارتباطات بین نسلی افزایش می‌یابد و افراد جامعه تلاش می‌کنند، دانش نوین را که از طریق آموزش‌های رسمی کسب کرده‌اند برای ایجاد خلاقیت و نوآوری در دانش بومی بکار گیرند. بنابراین، نوآوری مؤثر در محصول و فرایند کار از طریق یادگیری تعاملی، در چارچوب تعامل بین بازیگران محقق می‌شود و سیاستگذاری در خصوص فرهنگ محلی توسعه پایدار جامعه، بافت اجتماعی، انسجام اجتماعی، نشاط و شهروندی را ممکن می‌سازد (Duxbury et al., 2016). سازمان‌ها و نهادهای دولتی متعددی در حوزه توسعه فرهنگی و حفظ ظرفیت‌های بومی جوامع محلی فعالیت دارند که به جهت نبود برنامه جامع و هم‌پیوند، اغلب نتایج مورد انتظار را محقق نمی‌کنند، از جمله این سازمان‌ها می‌توان به معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، سازمان فنی و حرفه‌ای به عنوان سازمان متولی آموزش مهارت در کشور، معاونت فرهنگی- اجتماعی شهرداری‌ها و دهیاری‌ها، وزارت جهاد کشاورزی اشاره کرد. کلیه مشارکت‌کنندگان حتی مسئولین محلی نیز به مؤثر نبودن نقش سازمان‌های دولتی اشاره داشتند و اغلب برنامه‌های سازمان‌های دولتی را سطحی و کوتاه‌مدت می‌دانند. از آنجا که کسب‌وکارهای صنایع دستی اغلب کوچک و غیررسمی هستند آسیب‌پذیر هستند و بسیار تحت تأثیر بروکراسی‌ها قرار می‌گیرند (Benson, 2014). پژوهشی توسط لیمکرینگ کرای در مورد صنایع دستی و توسعه روستایی در تایلند در سال ۲۰۱۰ نشان می‌دهد که دولت تایلند یک رویکرد نظام‌مند را برای سیاستگذاری در حوزه توسعه روستایی آغاز کرده است. در اواسط دهه ۱۹۷۰ دولت تایلند تمرکز زیادی بر روی مشارکت روستاییان در اجرای پروژه‌های توسعه گذاشت و سازمان‌های بین‌المللی، دولت، بازار و جوامع محلی نقش‌های متفاوتی در تحقق این هدف

داشتند. در سال‌های اخیر تأکید بر روی کیفیت توسعه از طریق اقتصاد شایستگی^۱ را مطرح کرده است که منجر به تعادل، تاب‌آوری و توسعه پایدار برای مواجهه بهتر با چالش‌های ناشی از جهانی‌شدن و تغییرات می‌شود. رویکرد دولت تایلند می‌تواند تجربه‌ای برای تغییر در سیاستگذاری دولت در راستای رونق کسب و کارهای صنایع دستی در جوامع محلی باشد. با توجه به جاذبه محیطی - کالبدی جوامع محلی، گردشگری می‌تواند راهکاری برای تغییر ساختار اقتصادی باشد و فرصت ایجاد مشاغل جدید و فعالیت‌های اقتصادی متناسب با منابع محلی را می‌دهد. بازدیدکنندگان پست‌مدرن معاصر به دنبال تجربه‌های اصیل و منحصربه‌فردی هستند که جوامع محلی با استفاده از منابعشان می‌توانند این تجربه‌ها را فراهم آورند (Marián, 2012). تقریباً تمام مشارکت‌کنندگان اتفاق نظر دارند که حفظ و توسعه کارگاه‌های عبا و گلیم‌بافی محله محمدیه نائین وابسته به گردشگری است. مراحل تهیه پارچه عبا، کارگاه‌های دستکند، میراث فرهنگی متعدد و قدمت تاریخی و باستانی منطقه، زبان خاص مردم، افسانه‌ها و داستان‌های متعددی که در خصوص پیشینه منطقه نقل می‌کنند و اقلیم کویری منطقه می‌تواند زمینه مناسبی برای جذب گردشگران تجربه‌گرا و فرهنگی باشد.

پیشنهادات سیاستی

یافته‌های پژوهش حاضر برای سیاستگذاران و متولیان توسعه پایدار جوامع روستایی و حاشیه‌ای، برنامه ریزان سازمان‌های دولتی مرتبط مانند سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت جهاد کشاورزی و سایر سازمان‌های متولی توسعه جوامع محلی مفید است. سازمان‌های متولی در توسعه جوامع محلی با سیاستگذاری هم‌پیوند، مشارکت در سطوح بین‌المللی، ملی، محلی و یکپارچگی سازمان‌های دولتی، خصوصی و مردم نهاد می‌توانند از ظرفیت دانش ضمنی جوامع محلی و کسب و کارهای بومی که از گذشته در این جوامع فعالیت داشته‌اند به‌عنوان مزیت رقابتی برای حفظ تنوع اقلیمی و فرهنگی در رقابت جهانی استفاده کنند. حفظ و توسعه کسب و کارهای بومی دستبافه‌های سنتی نائین نیازمند شناسایی چالش‌های پیش رو، تدوین برنامه‌ای مستمر و هم‌پیوند، تقویت مزیت‌های رقابتی، ایجاد مشارکت و دموکراسی محلی، ظرفیت‌سازی اجتماعی و توانمندسازی جامعه محلی است که از طریق ایجاد انسجام اجتماعی، رشد اقتصادی، نظارت زیست محیطی و توسعه درون‌زا محقق می‌شود.

1- The sufficiency economy

منابع

- ۱- احسانی، افسانه (۱۳۹۴) اکو توریسم راهی برای گردشگری پایدار، چاپ چهارم، انتشارات مهکامه، تهران.
- ۲- افروغ، محمد؛ فرانک کبیری (۱۳۹۵) خلاقیت و نوآوری، مؤلفه‌ای برای کارآفرینی در صنایع دستی مطالعه موردی: دست بافته‌های عشایری، دومین اجلاس بین‌المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، شیراز، ایران.
- ۳- خواستار، حمزه (۱۳۸۸) ارائه روشی برای محاسبه پایایی مرحله کدگذاری در مصاحبه‌های پژوهشی، روش‌شناسی علوم انسانی، شماره ۵۸، صص. ۱۶۱-۱۷۴.
- ۴- ریستون، والتر (۱۳۹۰) فناوری اطلاعات و حاکمیت دولت‌ها. در جیمز روزنا و دیگران. انقلاب اطلاعات، امنیت و فناوری‌های جدید. (ترجمه علیرضا طیب). پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۵- سلطانی محمدی، مهدی (۱۳۹۳). مجموعه سرداب‌های عبا یافی محمدیه: کاربرد نادر معماری دستکند در کارگاه نساجی سنتی، فصلنامه علمی، فنی، هنری اثر، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شماره ۶۶، صص. ۸۶-۹۶.
- ۶- شجاع نوری، فروغ الصباح؛ معصومه جمالی؛ نیکو شجاع نوری؛ فرزانه هنر بخش؛ مرتضی اکبری (۱۳۹۵) عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکار صنایع دستی (مطالعه موردی: کلاش، گیوه کردستان)، پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۱۴، صص. ۷۹-۹۴.
- ۷- طالبی، مرضیه؛ حسین سلطان‌زاده (۱۳۹۴) معماری عبا یافی‌های محمدیه به‌عنوان فضایی برای حیات و اشتغال سالمندان، همایش ملی بافت‌های فرسوده و تاریخی شهری: چالش‌ها و راهکارها، کاشان
- ۸- کیانی سلمی، صدیقه؛ مینا زارعی (۱۳۹۵) صنایع دستی، عنصر فرهنگی گردشگری خلاق، اجلاس بین‌المللی توسعه پایدار، استراتژی‌ها و چالش‌ها با تمرکز بر کشاورزی، منابع طبیعی، محیط و گردشگری، تبریز، ایران.
- ۹- مدنیان، علی (۱۳۹۵)، عبا یافی نائین هنر و صنعتی رو به زوال، نخستین همایش بین‌المللی هنر و صناعات در فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی با تأکید بر هنرهای رو به فراموشی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان.
- 10- Austen, S., & Deventer, K. (2010). The cultural component of citizenship an inventory of challenges. Retrieved from European Commission, European house for culture.
- 11- Benson, W. (2014). The Benefits of Tourism Handicraft Sales at Mwenge Handicrafts Centre in Dar es Salaam, Tanzania . Tampere University of Applied Sciences.
- 12- Bogataj, N., Del Gobbo, G., & Slanica, E. (2014). Study circle for local development: Lifelong oriented models and operator's competences in the cross border area Italy- Slovenia. *Formazione & insegnamento. Rivista internazionale di Scienze dell'educazione e della formazione*, 10(2), 255-268 .
- 13- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101 .
- 14- Charungkaittikul, S., & Henschke, J. (2013). The scenario of a learning society model toward promoting a positive paradigm shift for communities Technological Applications in Adult and Vocational Education Advancement (pp. 152-170): IGI Global.
- 15- Charungkaittikul, S., & Henschke, J. A. (2014). Strategies for developing a sustainable learning society: An analysis of lifelong learning in Thailand. *International Review of Education*, 60(4), 499-522 .
- 16- Chudasri, D., Walker, S., & Evans, M. (2013). Directions for design contributions to the sustainable development of the handicrafts sectors in Northern Thailand, In: *consillience and innivation in design, Proceeding and program, the 5th IASDR*, Tokyo, Shilbaura, Institute of Technology, 2, 585-596.
- 17- Duxbury, N., Jyoti, H., & Jordi, P. (2016). Agenda 21 for culture. Retrieved from Buenos Aires and Mexico city, United cities and local government.
- 18- Eversole, R. (2005). Challenging the Creative Class: Innovation, 'Creative Regions' and Community Development. *Australasian Journal of Regional Studies*, 11(3), 351-360.
- 19- Henschke, J. A. (2015). Cultural Learning Processes through Local Wisdom: A Case Study on Adult and Lifelong Learning in Thailand. *International Journal of Adult Vocational Education and Technology*, 6(2), 41-60 .
- 20- Holden, M., & Connelly, S. (2004). The learning city: urban sustainability education and building toward WUF legacy: Simon Fraser University.

- 21- Jonjoubsong, L. (2008). An integrated knowledge management model for community enterprises: a case study of a rural community enterprise in Thailand . victoria University of Wellington, School of Information Management, Ph.D. Thesis.
- 22- Kar, S. K. (2012). Knowledge process of rural handloom community enterprise: A narrative study of Sambalpur Bastralaya in India. *Society and Business Review*, 7(2), 114-133 .
- 23- Kokko, S., & Kyritsi, A. (2012). Cultural heritage education for intercultural communication. *international journal of heritage in the digital era*, 1 .(١), 165- 168.
- 24- Korez-Vide, R. (2013). Enforcing sustainability principles in tourism via creative tourism development. *Australasian Journal of Reginal Studies*, 11(3), 35-58 .
- 25- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- 26- langill, S. (2007). Introduction to indigenous knowledge, *The overstory agroforestry ejournal* .
- 27- Limkriengkrai, J. (2010). *Paper, Pottery and Prosperity: Handicrafts and Rural Development in Thailand*. Durham University .
- 28- Marián, J. J. H. (2012). Creativity and rural tourism. *International Scientific Journal*, 2(2), 5-15 .
- 30- Maykut, P., & Morehouse, R. (1994). *beginning qualitative research: A Philosophic and practical guide*. London .
- 30- Menon, V. (2010). *Art of Marketing Village Crafts; Challenges in Applying Quantitative Marketing to Resist Recession*. *International Review of Business Research Paper*, 6, 196-205 .
- 31- Mustafa, M. (٢٠١١). Potential of sustaining handicrafts as a tourism product in Jordan. *International journal of business and social science*, 2 .(٧), 145-152.
- 32- Naipinit, A., Naipinit, A., Promsaka Na Sakolnakorn, T., Promsaka Na Sakolnakorn, T., Kroeksakul, P., & Kroeksakul, P. (٢٠١٤). Strategic management of community enterprises in the upper northeast region of Thailand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 10(4), 346-362 .
- 33- Ndlangamandla, M. M. (2014). *The contribution of indigenous knowledge use on the livelihood of rural women in the Lowveld region of Swaziland: A case of handicrafts*. (Master of Science), University of South Africa South Africa .
- 34- Roy, M., & Peter, S. (2006). Path dependence and regional economic evaluation. *Journal of economic geography*, 6(4), 395-437 .
- 35- Tambunan, T. (2000). *The role of rural small and medium industries and poverty alleviation in countries affected by the economic crisis: Indonesia, Philippines and Thailand* .New York: United Nations.
- 36- Tuamsuk, K., Phabu ,T., & Vongprasert, C. (2013). Knowledge management model of community business: Thai OTOP Champions. *Journal of Knowledge Management*, 17(3), 363-378 .
- 37- Welsch, H. P., & Kuhns, B. A. (2005). *Community based enterprises: Propositions and cases* .<http://www.usasbe.org>. (Accessed:10May 2018) .
- 38- Wijngaarde, I. (2007). *Creative industries and micro and small scale enterprise development: A contribution to poverty alleviation*. Retrieved from vienna, Austria, <http://www.unido.org/doc/٩٩٦٩٦>, (Accessed:5 January 2018) .