

روش‌های بازاریابی و فروش

# محصولات صنایع دستی ایران

مؤلف

ترگل انوری نژاد



IRANSHENASI Publishing

روش‌های بازاریابی و فروش محصولات صنایع دستی ایران

انتشارات ایرانشناسی [ناشر] • ترگل انوری نژاد [ویر]

منیژه احمدی طهرانی [صفحه‌آرا] • ماهر مبارکه [طراح جلد]

ISBN 978-600-8351-39-9

چاپ اول ۱۳۹۹ • ۵۰۰ نسخه • چاپخانه صنوبر [چاپ، لیتوگرافی و صحافی]

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر اعم از دیجیتال، صوتی، چاپ، تکثیر، نسخه‌برداری، ترجمه و... برای انتشارات ایرانشناسی محفوظ و قابل پیگرد قانونی است. استفاده از مطالب کتاب بدون اجازه کتبی از انتشارات ایرانشناسی ممنوع می‌باشد.

© Iranshenasi Publishing 2020

© کپی‌رایت ۱۳۹۹ انتشارات ایرانشناسی

تهران-خیابان طالقانی، خیابان بهار شمالی، کوچه طبه، پلاک ۶، واحد ۱

کدپستی ۱۵۶۳۴۵۵۷۱۱ | تلفن: ۷۷۵۳۱۸۲۵ - ۷۷۵۳۹۸۵۹ | فکس: ۷۷۶۳۸۶۸۷

[www.iran-shenasi.com](http://www.iran-shenasi.com)

[info@iran-shenasi.com](mailto:info@iran-shenasi.com)

# فهرست

۷..... پیشگفتار

۹..... فصل اول (مروری بر وضعیت صنایع دستی در برخی کشورهای آسیا)

- ۱۲..... ■ دلیل حمایت کشورها از صنایع دستی.....
- ۱۶..... ■ .....
- ۲۱..... ■ پاکستان.....
- ۲۲..... ■ بنگلادش.....
- ۲۴..... ■ چین.....
- ۲۷..... ■ ژاپن.....

۲۹..... فصل دوم (بررسی وضعیت بازار صنایع دستی ایران)

- ۳۳..... ■ بیان اطلاعات در قالب نمودار.....
- ۳۳..... ■ جمع بندی سیاست های کشورهای مختلف.....

۳۵..... فصل سوم (بررسی اجمالی شرایط بازار صنایع دستی)

- ۳۷..... ■ بررسی بازار.....
- ۳۸..... □ یک تجربه ناموفق.....
- ۳۹..... □ بررسی شرایط بازار آلمان.....
- ۴۱..... ■ بازار جهانی صنایع دستی.....
- ۴۴..... ■ بازاریابی.....
- ۴۶..... ■ نیازمندی های محصول.....
- ۴۶..... □ قیمت.....
- ۴۶..... □ تحویل و بسته بندی.....
- ۴۷..... □ کیفیت.....
- ۴۷..... □ طراحی محصول.....
- ۴۸..... □ حجم تولید.....
- ۴۸..... □ اعتبارنامه مالی.....
- ۴۹..... ■ چالش های مقابل واحدها.....
- ۵۰..... ■ بازارهای جدید.....

## فصل چهارم (ارتباط صنایع دستی با گردشگری) ..... ۵۳

- ۵۷ ..... ■ اتصال صنعت گران به بازار گردشگری
- ۵۸ ..... ■ نقش بخش خصوصی
- ۵۸ ..... □ نقش نهادهای حمایتی داوطلب
- ۵۹ ..... ■ نقش دولت
- ۶۰ ..... □ مزایای اقتصادی
- ۶۰ ..... □ حفاظت از میراث فرهنگی

## فصل پنجم (راهکارهای پیشنهادی) ..... ۶۱

## منابع ..... ۶۲

## پیش‌گفتار

صنایع دستی ایران، یکی از سرمایه‌های ارزشمند ملی است که قدرت کارآفرینی و اقتصادی بالایی دارد. بیش‌تر هنرمندان و شاغلان در حوزه صنایع دستی محصولات خود را به شیوه سنتی، بدون آگاهی از شرایط بازار و شناخت سلیقه مشتری نهایی تولید می‌کنند. در حالی حاضر تولید صنایع دستی در کشور به دلیل نداشتن بازار مناسب و صرفه اقتصادی برای تولیدکنندگان، در شرایط مطلوبی قرار ندارد. این در حالی است که صنایع دستی ایران، از اصالت و تنوع بالایی برخوردار است و قابلیت تبدیل شدن به یکی از منابع ارزآوری کشور را دارد. با توجه به اهمیت این موضوع روش‌های به کار گرفته شده توسط برخی کشورهای موفق منطقه آسیا، از جمله هند و چین که از بزرگ‌ترین صادرکنندگان صنایع دستی دنیا هستند، بررسی می‌شود. نتایج بررسی نشان می‌دهد که برای بهبود وضعیت بازار صنایع دستی ایران و به‌ویژه توسعه صادرات، لازم است تا هم دولت و هم تولیدکنندگان، اقداماتی را انجام دهند. دولت به عنوان نهاد بالادستی و قانون‌گذار، باید نقش حامی و پشتیبان را در طرح‌های اجرایی به جای مداخله مستقیم ایفا کند و با تصویب قانون‌های مناسب و تسهیل قوانین و دادن آموزش‌های لازم شرایط را برای توسعه این صنعت فراهم کند. تولیدکنندگان نیز باید ضمن آگاهی از شرایط بازار، محصولات با کیفیت و متناسب با سلیقه بازار هدف را ارائه دهند. توجه به نیاز مشتری از ارکان موفقیت در این بازار و رقابت با محصولات ماشینی کم‌هزینه و انبوه است.