

Studying the Revival of Handicrafts in the Local Urban Economy (Case Study: Mesgarha Street, Zanjan City)

Original Article

Sima Ghayebloo¹, Alireza Daviran^{2*}

1- Assistant Professor, Department of Industrial Engineering, Zanjan University, Zanjan, Iran

2- Assistant Professor, Department of Geography Education, Farhangian University of Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Article History

Received: 2024-08-06

Revised: 2024-09-14

Accepted: 2024-09-19

Keywords

Consequential Conditions

Copper Mining

Local Economy

Revitalization

Zanjan

ABSTRACT

Introduction

In the new economic system, the place of production is separated from the place of sale, creating a more coherent structure. This is important in handicrafts; it works differently, and the place of purchase and production is usually the same. Meanwhile, the urban axes, especially the central axes of the city, are the places of production and sale of handicrafts according to the type of function. The economic function of urban axes in the handicraft sector gradually finds a specific pattern, and the organization finds its function. The old urban centers with traditional activities (handicrafts), which have become worn out and functionally decayed over time, have been revived with revitalization programs and are accepting an active functional structure. A function that seeks to renew its past identity with a contemporary approach while reconstructing the economic life of the past welcomes tourists as well. This research aims to investigate the effect of the revitalization of the historical-identity axes of the city with a handicraft approach to the role of handicraft revival in the development of the local economy of urban axes. Therefore, the research question is how the reconstruction of handicrafts in the historical axes of the city has led to the prosperity of the urban economy. What are the challenges of an urban economy based on handicrafts in historical axes, and what are its development strategies?

Materials and Methods

The current research approach is qualitative-inductive research based on the interpretive phenomenological method that uses the database approach. Data collection was done using semi-structured and unstructured interview tools. The geographical unit of the research includes guilds related to copperware industries located in Mesgarha Street, Zanjan City. The social unit of the research includes the activists of the above-mentioned copperware industries. The data was based on purposeful and theoretical sampling, including 24 activists located on Mesgarha Street (Tawheed). Data analysis has been done in an inductive interpretative way (from part to whole) in the database model. First, the data was open-coded (650 codes) and reduced by merging common and similar codes, then by axial coding, and finally by selective coding, categories, and main concepts were extracted. In such a process, the pattern model resulting from causal, contextual, intervening, strategic, and finally consequential conditions was drawn and explained.

* Corresponding author: a.daviran@cfu.ac.ir

Findings

The analysis of the database showed that the main concepts of services and facilities, product branding, and physical quality are the determining foundations in the local economy based on copper crafts in Zanjan's copper mines axis, which functions in connection with the urban space of the central fabric of the city. Causal, contextual factors, and mediating and strategic conditions in the structures of strength, active challenge, obstacle, and retardation in the mobility and dynamism of the local economy or, contrary to it, have been influential in the process of revitalization and revitalization of the local economy based on handicrafts. The results of the database process in terms of the consequences of the model show that the branding of Zanjan copper handicrafts and its support with the presence of young people, educated people, and tourists will boost the local economy with a positive result, and the other hand, inappropriate spatial organization, inappropriate physical quality and services, the issue of authenticity. Acceptability of goods, the negative and two-sided mentality of artisans, and urban management have been among the negative consequences affecting the reconstruction of an economy based on handicrafts in the central axes of the city. To improve the structure

of the said axis and accelerate the reconstruction of the said axis in the Mesgarha axis, it is suggested that urban management about the physical structure of the axis and the surrounding tissue implement more targeted operational and practical programs and by changing the intellectual and mental management procedure, the negative consequences to positive consequences to make it functional. The basic requirement is to prepare local and thematic plans for fabric restoration (by the structural and functional identity).

Conclusion

The active consequences of the reconstruction of handicrafts based on copper smithing in the said street due to the branding of Zanjan copper handicrafts and its support with the presence of young people, educated people, tourists, the boom of the local economy, and the other hand, inappropriate spatial organization, inappropriate physical quality and services, product authenticity. The negative and two-sided mentality of artisans and urban management has been among the negative factors affecting the reconstruction of the handicraft-based economy in the central axes of the city.

COPYRIGHTS

©2022 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.



HOW TO CITE THIS ARTICLE

Ghayebloo S. Daviran A. Studying the Revival of Handicrafts in the Local Urban Economy (Case Study: Mesgarha Street, Zanjan City). Urban Economics and Planning Vol 5(3):106-122. [In Persian]

DOI: 10.22034/uep.2024.472013.1526



بررسی تجدید حیات صنایع دستی در اقتصاد محلی شهری (مطالعه موردی: خیابان مسگرهای شهر زنجان)

مقاله پژوهشی

سیما غایب لو^۱؛ علیرضا دویران^{۲*}

۱- استادیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

۲- استادیار گروه آموزش جغرافیا، دانشگاه فرهنگیان تهران، تهران، ایران

چکیده

مقدمه

در نظام نوین اقتصادی اصولاً محل تولید از محل فروش جدا شده و ساختار منسجم‌تری ایجاد کرده است. این مهم در صنایع دستی مقداری متفاوت عمل کرده و معمولاً محل فروش و تولید یک مکان است. در این بین، محورهای شهری به‌ویژه محورهای مرکزی شهر به تناسب نوع کارکرد آن، محل تولید و فروش صنایع دستی مختص به خود است. کارکرد اقتصادی محورهای شهری در بخش صنایع دستی به تدریج الگوی مشخص پیدا کرده و سازمان کارکردی مخصوص به خود پیدا می‌کند. محورهای شهری قدیمی با فعالیت سنتی (صنایع دستی) که در گذر زمان فرسوده و دچار اضمحلال کارکردی شده‌اند با برنامه‌های تجدید حیات فعالیت رونق می‌گیرند و ساختار کارکردی فعال را پذیرا می‌شوند. کارکردی که به دنبال تجدید هویت گذشته خود با رویکرد معاصر بوده و ضمن بازساخت حیات اقتصادی گذشته، پذیرای گردشگران نیز می‌شود. این پژوهش با هدف بررسی اثر تجدید حیات محورهای تاریخی - هویتی شهر با رویکرد صنایع دستی به نقش احیای صنایع دستی در توسعه اقتصاد محلی محورهای شهری پرداخته است. بر این اساس، سؤال پژوهش این است که باز ساخت صنایع دستی در محورهای تاریخی شهر چگونه به رونق اقتصاد شهری منجر شده است؟ چالش‌های اقتصاد شهری مبتنی بر صنایع دستی در محورهای تاریخی چه عواملی بوده و راهبردهای توسعه آن چیست؟

مواد و روش‌ها

رویکرد پژوهش حاضر، از نوع تحقیقات کیفی - استقرایی مبتنی بر روش پدیدارشناسانه تفسیری است که از رویکرد داده‌بنیاد استفاده کرده است. گردآوری داده‌ها با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و بدون ساختار انجام یافته است. واحد جغرافیایی پژوهش دربرگیرنده اصناف مرتبط با صنایع ظروف مسی مستقر در خیابان مسگرهای شهر زنجان است. واحد اجتماعی پژوهش شامل فعالان صنایع ظروف مسی محور یادشده است. داده‌ها بر اساس نمونه‌گیری هدفمند و نظری شامل ۲۴ فعال مستقر در خیابان مسگرها (توحید) بوده است. تحلیل داده به شیوه تفسیری استقرایی (از جزء به کل) در مدل داده‌بنیاد انجام یافته است، طوری که ابتدا داده‌ها کدگذاری باز (به تعداد ۶۵۰ کد) شده، و با ادغام موارد مشترک و مشابه کدها تقلیل یافته، سپس با کدگذاری محوری، و در نهایت با کدگذاری انتخابی مقوله و مفاهیم اصلی استخراج شد. در چنین فرایندی مدل الگووارهای حاصل از شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و در نهایت، پیامدی ترسیم و تبیین شد.

اطلاعات مقاله

تاریخ‌های مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۹

کلمات کلیدی

اقتصاد محلی

تجدید حیات

زنجان

شرایط پیامدی

مسگری

یافته‌ها

تحلیل داده‌بنیاد نشان داد مفاهیم اصلی خدمات و تسهیلات، برندسازی محصول و کیفیت کالبدی بنیان‌های تعیین‌کننده در اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع‌دستی مس در محور مسگرهای زنجان است که در ارتباط با فضای شهری بافت مرکزی شهر عملکرد می‌یابد. عوامل علی، زمینه‌ای و شرایط میانجی و راهبردی در ساختارهای قوت، فعال چالش، مانع و کندکننده در تحرک و پویایی اقتصاد محلی و یا در تناقض با آن اثرگذار بر روند و فرایند احیا و تجدید حیات اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع‌دستی بوده‌اند. حاصل فرایند داده‌بنیاد در شرایط پیامدی مدل الگوواره‌ای نشان می‌دهد برند شدن صنایع‌دستی مس زنجان و پشتیبانی از آن با حضور جوانان، تحصیل‌کردگان، گردشگران رونق اقتصاد محلی را با پیامد مثبت و در سوی دیگر سازمان فضایی نامناسب، کیفیت کالبدی و خدماتی نامناسب محور، مسئله اصلت‌پذیری کالا، ذهنیت منفی و دوسویه صنعتگران و مدیریت شهری از جمله عوامل پیامدی منفی تأثیرگذار بر باز ساخت اقتصاد مبتنی بر صنایع‌دستی در محورهای مرکزی شهر بوده است. در راستای بهبود ساختار

محور یادشده و تسریع بازساخت یادشده در محور مسگرها پیشنهاد می‌شود: مدیریت شهری در ارتباط با ساختار کالبدی محور و بافت پیرامون برنامه‌های عملیاتی و کاربردی هدفمندتری را اجرا کرده و با تغییر رویه فکری و ذهنی مدیریتی پیامدهای منفی را به پیامدهای مثبت کارکردی تبدیل کند. لزوم تهیه طرح‌های موضعی و موضوعی احیای بافت (متناسب با هویت ساختاری و کارکردی) از جمله ضروریات اولیه است.

نتیجه‌گیری

پیامدهای فعال بازساخت صنایع‌دستی مبتنی بر مسگری در خیابان یادشده ناشی از برند شدن صنایع‌دستی مس زنجان و پشتیبانی از آن با حضور جوانان، تحصیل‌کردگان، گردشگران رونق اقتصاد محلی، و در سوی دیگر سازمان فضایی نامناسب، کیفیت کالبدی و خدماتی نامناسب محور، اصلت‌پذیری کالا، ذهنیت منفی و دوسویه صنعتگران و مدیریت شهری از جمله عوامل منفی تأثیرگذار بر باز ساخت اقتصاد مبتنی بر صنایع‌دستی در محورهای مرکزی شهر بوده است.

مقدمه

صنایع دستی به عنوان هنر بومی یا هنر عامیانه شناخته می‌شود [۱]. از آنجا که صنایع دستی بسیار متنوع بوده و دربرگیرنده دارایی‌های مشهود و نامشهود یک سرزمین و مانند میراث آن‌ها است، این صنایع فقط تبیین گذشته سرزمین نیست، بلکه ستون فقرات توسعه فرهنگی آن نیز هست [۲]. امروزه نقش و اثر این صنایع در توسعه اقتصادی در مقیاس‌های مختلف جغرافیایی انکارناپذیر است، طوری که بر اساس اعلان وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری حجم صادرات صنایع دستی در سال ۱۴۰۲ حدود ۳۲۵ میلیون دلار و فروش داخلی آن نیز بیش از ۱۷۰ هزار میلیارد ریال بوده است [۳]. گرچه این حجم در مقایسه با گردش جهانی آن یعنی ۶۰۰ میلیارد دلار اندک است [۴]، با این حال اثر آن در توسعه اقتصاد ملی و محلی نمایان است. شکل‌گیری بازارهای صنایع دستی در مقیاس شهری با سازمان فضایی مشخص نشان‌دهنده نقش صنایع دستی در اقتصاد خرد شهری است. مطالعات اولیه نشان می‌دهد توزیع فضایی صنایع دستی در محورهای مختلف شهری سازمان فضایی ویژه را به وجود آورده و کارکرد مشخص به پهنه‌ها و محورهای شهری داده است. صنایع دستی در مقیاس تولید و فروش در شهرهای مختلف ایران نودهای مختلفی را تجربه می‌کند؛ نمودهایی که از تولید و فروش مکانی یکسان در شهرهای کوچک به تولید و فروش مکانی مجزا در شهرهای میانه‌اندام و بزرگ مشخص می‌شود. در نظام سنتی تولید و فروش اصولاً محل تولید با محل فروش به صورت یکپارچه کنار هم قرار گرفته‌اند، ولی در نظام نوین اقتصادی اصولاً محل تولید از محل فروش جدا شده و ساختار منسجم‌تری ایجاد کرده است. این مهم در صنایع دستی مقداری متفاوت عمل کرده و معمولاً محل فروش و تولید یک مکان است. در این بین، محورهای شهری به‌ویژه محورهای مرکزی شهر به تناسب نوع کارکرد آن محل تولید و فروش صنایع دستی مختص به خود است. کارکرد اقتصادی محورهای شهری در بخش صنایع دستی به تدریج الگوی مشخص پیدا کرده و سازمان کارکردی مخصوص به خود پیدا می‌کند. محورهای شهری قدیمی با فعالیت سنتی (صنایع دستی) که در گذر زمان فرسوده و دچار اضمحلال کارکردی شده‌اند، با برنامه‌های تجدید حیات فعالیت رونق می‌گیرند و ساختار کارکردی فعال را پذیرا می‌شوند؛ کارکردی که به دنبال تجدید حیات گذشته خود با رویکرد معاصر بوده و ضمن باز ساخت حیات اقتصادی گذشته، پذیرای گردشگران نیز می‌شود. در واقع، محورهای قدیمی که روزگاری محل تولید و فروش صنایع دستی بوده و به تناسب الگوهای توسعه مدرنیستی هویت کارکرد تاریخی خود را از دست داده‌اند؛ برنامه‌های تجدید حیات شهری بازیابی کارکردی پیدا کرده و با جذب گردشگران داخلی و خارجی مبتنی بر صنایع دستی اثر تعیین‌کننده در اقتصاد شهری پیدا می‌کنند. خیابان مسگرهای شهر زنجان که روزگاری محل تولید ظروف مختلف مسی بود، با توسعه مدرنیستی شهر دچار اضمحلال کارکردی شده و هویت گذشته خود را از دست داده بود. با برنامه‌های ناشی از رشد صنایع دستی و خودانگیختگی رونق آن محور باز ساخت هویتی پیدا کرده و با تعریف کارکرد سنتی مبتنی بر فروش صنایع مسی، به تدریج نقش تعیین‌کننده در اقتصاد محلی شهر زنجان پیدا می‌کند. این پژوهش با هدف بررسی اثر تجدید حیات محورهای تاریخی - هویتی شهر با رویکرد صنایع دستی به نقش احیای صنایع دستی در توسعه اقتصاد محلی محورهای شهری پرداخته است. نوآوری پژوهش ارائه الگوی مبتنی بر روش داده‌بنیاد اثر تجدید حیات کارکردی محورهای تاریخی شهر در توسعه اقتصاد محلی شهری است تا به توان بر اساس تجربه زیست مبتنی بر فعالان صنایع دستی کارکرد اقتصاد شهری را تبیین کرد. بر این اساس، سؤال پژوهش این است که بازساخت صنایع دستی در محورهای تاریخی شهر چگونه به رونق اقتصاد شهری منجر شده است؟ چالش‌های اقتصاد شهری مبتنی بر صنایع دستی در محورهای تاریخی چه عواملی بوده و راهبردهای توسعه آن چیست؟ این پژوهش برای پاسخ‌گویی به مسئله طرح‌شده با مدل مفهومی منطبق بر چارچوب نظری و استفاده از رویکرد کیفی مبتنی بر روش داده‌بنیاد

با به‌کارگیری ابزار پیمایش مصاحبه و مشاهده‌محور به بازساخت اقتصاد محلی حاصل از احیای صنایع دستی مسگری در یکی از محورهای هویتی - تاریخی شهر زنجان (خیابان مسگرها) پرداخته است تا اثر بازساخت صنایع دستی در بازساخت اقتصاد محلی شهری را تبیین کند. مدل پژوهش با استفاده از روش داده‌بنیاد است که در آن با کدگذاری داده‌ها، مقوله‌های اولیه استخراج و مقوله‌های اصلی تبیین شده است. سپس عوامل مختلف علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی تفسیر شده و با توجه به آن الگواره (Paradigm) ترسیم شد.

پیشینه و مبانی نظری

صنایع دستی ایران، به منزله صنعتی مستقل و بومی، شاخص‌ترین هنر کاربردی ایران و یکی از سه قطب برتر صنایع دستی جهان، ریشه‌های عمیق و استوار در فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی دارد. صنایع دستی عامل مهمی در افزایش تولید ناخالص ملی کشورها، ایجاد اشتغال و افزایش درآمد سرانه است. صنایع دستی به علت محور قرار دادن نیروی کار و ایجاد اشتغال فراوان، سادگی فن و بی‌نیازی به آموزش با فناوری بالا و خارجی مزیت فراوانی دارد [۵]. صنایع کهن ایران به علت وسعت و گستردگی شاخه‌ها، قابل تقسیم به زیرشاخه‌های متعددی است که نشان از گوناگونی و بالندگی سطح هنرهای سنتی و ریشه داشتن در تاریخ غنی ایران دارد. از جمله زیرشاخه‌های این صنایع که تأثیر زیباشناختی و کاربردی فراوان از گذشته در زندگی گوناگون مردم داشته است، هنرهای فلزی است که مسگری از شاخص‌ترین و جالب توجه‌ترین آن‌ها است [۶]. مسگری و بازار مسگرها در گذشته از ارکان مهم در تولید و رفع نیازهای زندگی بوده‌اند که در گوشه‌ای از بازارهای قدیمی شهر یا محورهای منتهی به انتهای آن با صدای چکش خود را نشان می‌دادند. گرچه ساختارهای نوین صنعتی بر فناوری تولید انبوه و ماشینی در مدت زمانی از اعتبار این صنایع کاست و موقعیت مکانی این بازارها را از شیوه سنتی خارج و صنعتی کرد که به خروج یا اضمحلال حرفه و پیشه‌وران این صنعت از بافت اصلی بازار شهر منجر شدند؛ ولی در گذر زمان علی‌رغم صنعتی‌سازی، به دلایل مختلف مانند کیفیت، ارزش کار و توجه مجدد به صنایع دستی، به مرور این صنایع ایفای نقش خود را بازیابی کرده و سعی در احیای هویت در نظام شهری کردند. در این راستا، در بعضی شهرها مدیریت شهری با توجه جدی به سازمان فضایی گذشته سعی در تجدید حیات این صنایع در نظام اقتصاد شهری داشته است.

با این حال، مطالعات زیادی در خصوص نقش صنایع دستی در تجدید حیات اقتصاد بافت‌های قدیمی شهری انجام نگرفته است، ولی پژوهش‌های مرتبط با تجدید حیات بافت‌های قدیمی شهر که در متن و حاشیه آن‌ها به موضوع صنایع دستی نیز پرداخته شده است که از جمله پژوهش‌های اخیر داخلی و خارجی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

موسوی و همکاران [۷] در پژوهشی با عنوان «توسعه صنعت گردشگری از طریق برندسازی صنایع دستی اصفهان» با استفاده از روش مطالعه کیفی و کمی و متغیرهای خصوصیات محصول، ارتباطات برند، ارائه تبلیغات، نشان برند، به این نتیجه رسیدند که دو عامل کیفیت و قیمت به عنوان مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده خرید، نشان و لوگوی مناسب بوده و معیارهای مشتری‌مداری در مراحل بعدی قرار گرفته‌اند.

بزرگزاده کلوری و همکاران [۸] در مقاله‌ای با عنوان «بازآفرینی بافت فرسوده شهری با تأکید بر اقتصاد خلاق (مطالعه موردی: محله بازار شهر دزفول)» با روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و به‌کارگیری روش تجزیه و تحلیل کمی مبتنی بر رتبه‌بندی و ارتباط در یکی از راهبردهای خود را توسعه صنایع دستی را در بعد عملکردی و کالبدی پیشنهاد کردند.

والا و همکاران [۹] در پژوهشی با عنوان «استراتژی‌های اجتماعی - اقتصادی تجدید حیات شهری در بافت‌های تاریخی شهر سمنان»، با استفاده از روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و به‌کارگیری مدل SWOT برای تجدید حیات بافت

مالی و مدیریت ساختار مبتنی بر مؤلفه‌های ارائه‌آرز، هدف مشتری، کانال توزیع، شبکه‌ی شراکت، مدل درآمد و هزینه و توانمندی می‌دانند که روابط تولید و درآمد پایدار را ایجاد می‌کند. این مدل در اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی با یکپارچگی ارزش‌های فرهنگی، نظام ارائه و معرفی ساختارمند محصول، ایجاد کانال‌های تولیدی و توزیعی هدفمند بیشتر نمود می‌یابد و با شبکه‌ی اجتماعی شکل گرفته در بسترهای عینی و مجازی مبتنی بر مقیاس‌های مختلف جغرافیایی محصول را ارائه می‌دهد. در اقتصاد محلی امروز صنایع دستی به عنوان صنایع خلاق محسوب شده که نقطه‌ی تقاطع هنر، تجارت و فناوری است [۲۰]. ساساکی [۲۱] در کنار سایر عوامل استعداد‌های خلاق مانند هنرمندان صنایع دستی، تعداد شرکت‌های خلاق در صنایع دستی، دارایی و شرایط نگهداری میراث صنایع دستی، وضعیت فعالیت سازمان‌های غیردولتی و زنان در تولید، توزیع و فروش صنایع دستی را از مؤلفه‌های خلاق می‌داند. وی تفاوت اصلی شهر خلاق مبتنی بر صنایع دستی با سایر شهرها را صنعت خلاق، پایداری شهری و محیط شهری خلاق می‌داند. از نظر عبود [۱۸] صنایع دستی به عنوان هنر بومی یا هنر عامیانه شناخته می‌شوند. این صنایع اغلب پاسخی برای گردشگران بوده و تأثیر قابل توجهی برای تولیدکنندگان فرهنگ دارند.

صنعت محلی با نمایش آثار محلی از جمله ابزارهای فرهنگی است که مصرف‌کننده به آن توجه کرده و در صورت داشتن شرایط محصول آن را تهیه می‌کند. این محصول ضمن ترویج فرهنگ، هنر و تاریخ یک سرزمین، زمینه‌های جذب گردشگر با دیدگاه توسعه اقتصادی را به همراه دارد. در اولین گزارش سازمان جهانی گردشگری سال ۲۰۲۱ صنایع دستی نیز به عنوان میراث فرهنگی ناملموس شناخته شده و نقش اساسی را در توسعه گردشگری را به دنبال دارد [۲]. این گزارش نشان داد عرضه صنایع دستی به گردشگران چگونه برای جامعه محلی توانسته مفید واقع شده و ضمن برندسازی توسعه اقتصادی، در ترویج فرهنگ محلی برای گردشگران نیز اثرگذار باشد، اثری که با مطالعات صنایع خلاق و گردشگری توسعه شهری، توسط سازمان یونسکو مطالعه شده است [۲۲].

بر اساس آخرین داده‌های اخذشده سال ۲۰۲۴ در شبکه شهرهای خلاق صنایع دستی سازمان یونسکو بیش از ۶۶ شهر عضو هستند که دو شهر ایرانی بندرعباس (۲۰۱۹) و اصفهان (۲۰۱۵) در فهرست یادشده قرار دارند که هدف آن‌ها، توسعه و حفظ میراث فرهنگی از طریق ارزش‌های فرهنگی، تشویق برابری جنسیتی در تولید صنایع دستی، افزایش دیده شدن صنایع و تشویق همکاری همه‌ذی‌نفعان برای ارتقای تعاملات ملی و بین‌المللی برای توسعه پایدار شهری و تبدیل شدن به مرکز برتر صنایع دستی در شهرهای اطراف است [۲۳]. در این راستا بافت‌های مرکزی شهری با نمودی از فرهنگ و میراث تاریخی و هویت شهری از گذشته محل تجارت کالاها، مختلف به‌ویژه صنایع دستی بوده است. گرچه با ورود فناوری و پانهادن به انقلاب صنعتی مبتنی بر ماشین، برای مدت‌ها تولید صنایع دستی رو به افول گذاشته و با جایگزینی محصول مبتنی بر فناوری و تولید انبوه از چرخه صرفه و هزینه منفعت اقتصادی خارج می‌شود و همین امر به اضمحلال هویت اقتصاد تاریخی بازار و بافت مرکزی شهر منجر می‌شود. نتیجه این اضمحلال، فرسودگی کارکردی فضاهای شهری به‌ویژه محوره‌های اقتصادی آن است که جایگزینی کالاهای نوین نیز نتوانسته است این اضمحلال را ترمیم کند. در برخی موارد فروپاشی کارکردی نظام بازار سنتی مرکز شهر به تخریب بافت و تبدیل شدن فضاهای کارکردی قدیم به انبارهای کالایی منجر شده که جلوه‌های نامناسب به فضاهای مرکزی شهر داده است. تجربه مداخلة در این بافت‌ها نشان داده است که رویکردهای مبتنی بر تخریب و بازسازی متأثر از اندیشه‌های اوزالیدمحور نه تنها نتوانسته است پایداری محیطی را سبب سازی شود؛ بلکه با پوشاندن پوسته‌ای صرفاً نمایشی، هویت تاریخی شهر را نیز دچار فرسودگی معنایی می‌کند.

محورهای هویتی با تمرکز عملکردی خاص مانند تولید و فروش صنایع دستی که در شهرهای قدیمی دارای سازمان و ساخت فضایی مشخص بوده‌اند، در

قدیمی شهر سمنان راهبرد تهاجمی (حداکثر - حداکثر) را پیشنهاد می‌کنند. در بخشی از این راهبرد احیای بافت قدیمی با توجه به زیرساخت‌های سنتی آن اساس کار قرار است.

دویران [۱۰] در پژوهشی با موضوع اثر صنایع دستی در بازسازی گردشگری محورهای تاریخی شهر با استفاده از روش تحقیق توصیفی - تبیینی مبتنی بر تحلیل آماری همبستگی و مسیر به این نتیجه دست یافت که همبستگی شاخص‌های بازسازی گردشگری با همدیگر دارای ارتباط مثبت با اثر متفاوت بازسازی هستند، طوری که وفاداری و برندسازی صنایع دستی بیشترین اثر را در بازسازی گردشگری محورهای تاریخی شهر دارند.

پیراتونی [۱۱] در مقاله‌ای با عنوان «ارزش میراثی صنایع دستی در شهرهای با رشد سریع» با روش تحقیق توصیفی ضمن بیان اهمیت تاریخی صنایع دستی در رشد شهرها و نقش این صنایع در فرهنگی تاریخی شهرها، به اضمحلال و مرگ این صنایع در شهرهای امروزی پرداخته و در نهایت به این نتیجه رسیده است که صنایع دستی به عنوان یک بخش به‌حاشیه‌رانده شده قابلیت زیادی برای تبدیل شدن به محرک‌های توسعه پایدار شهرها دارد.

سوریاوانشی [۱۲] در پژوهشی با عنوان «احیای صنایع دستی سنتی تنوع سودمندی و بهره‌وری» به تاریخچه صنایع دستی در هندوستان و نقش آن در اقتصاد محلی پرداخته و با نگرش تبیینی اثر کم‌توجهی و برنامه‌ریزی به‌ویژه ضعف در پوشش‌های تأمین اجتماعی در صنایع دستی را عامل مهم در مهاجرت صنعتگران دستی و گرایش به شغل‌های فاقد مهارت دانسته است [۱۲].

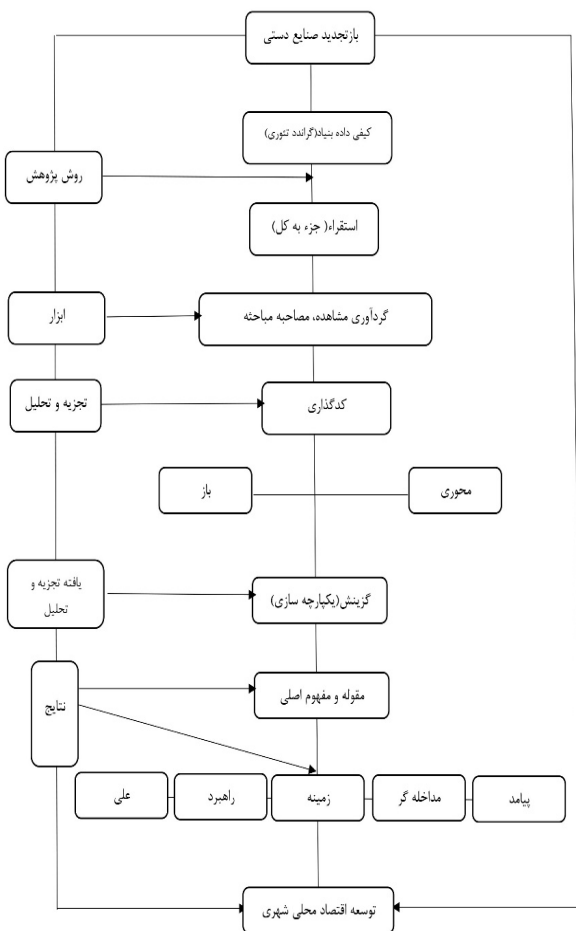
جیگاسوا [۱۳] در مقاله‌ای با عنوان «زمینه‌سازی صنایع دستی در بافت‌های تاریخی با استفاده از روش تحقیق روش شناسانده مبتنی بر مصاحبه نیمه‌ساختاریافته» به این نتیجه دست یافتند که صنایع دستی مانند صنایع مسی در بافت تاریخی شهر یوجانا هندوستان با توجه به عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی دگرگون شده‌اند که دولت مرکزی با هدف رشد اقتصادی و حفاظت از میراث برنامه‌های مختلف را پیاده‌سازی کرده است.

ژو و همکاران [۱۴] در پژوهشی با موضوع انگیزه‌های مصرف صنایع دستی با برند سنتی در شهروندان چینی با روش معادلات ساختاری به این نتیجه دست یافتند که مصرف و گرایش رفتاری شهروندان چینی در استفاده از صنایع دستی با رفتار برنامه‌ریزی شده و خودپندارانه ارتباط داشته و هویت فرهنگی نقش کمتری داشته است.

روی و موهاپاترا [۱۵] در مقاله‌ای با عنوان «بررسی اثرات فرهنگ، خلاقیت و نوآوری در صنایع دستی با رویکرد تفسیری در ایالت اودیشا و ماهرشترا با روش بحث گروهی متمرکز بین صنعتگران» به این نتیجه دست یافتند که نوآوری بر بازار تأثیرگذار بوده رابطه معکوس با خلاقیت دارد. لذا خوشه‌بندی فرهنگی می‌تواند رابطه بین خلاقیت و نوآوری را تعدیل می‌کند.

اقتصاد فرهنگ، میراث را به عنوان شکلی از سرمایه می‌بیند که قابلیت ایجاد چرخه اقتصادی و تولید درآمد دارد. این رویکرد قالب جدیدی است که موضوع میراث فرهنگی را در جایگاهی مهم از ملاحظات و سرمایه‌گذاری قرار می‌دهد [۱۶]. صنایع دستی به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از اقتصاد مرتبط با فرهنگ تاریخی و سرمایه فرهنگی در مکان و فضای جغرافیایی است. بر اساس منشور گردشگری فرهنگی بین‌المللی [۱۷] توزیع و فروش صنایع دستی محلی و سایر محصولات ضمن حفظ و ارتقای یکپارچگی فرهنگی باید آورده اقتصادی - اجتماعی مطلوب برای جامعه داشته باشند. ارتقای صنایع دستی کلیدواژه‌گانی هستند که در بیانیه پاریس [۱۸] مورد تأکید قرار گرفته‌اند. تقویت و درک تأثیر اقتصادی صنایع دستی به عنوان سرمایه توسعه‌ای موضوع مورد توجه در این بیانیه است که تعیین اهداف اقتصادی و اجتماعی برای اطمینان بخشیدن به جوامع محلی برای توسعه اشتغال، گردش مالی و رفاه مد نظر است، مانند مدل‌های دیگر اقتصادی به‌ویژه اقتصاد محلی، مدل کسب‌وکار صنایع دستی با شبکه تولید و توزیع و مصرف، ارزش‌ها، کانال‌ها، نظام ارتباط مشتری، جریان‌ها، منابع، ساختار هزینه، پشتیبانی شناخته می‌شود. عملکرد اجزای این مدل کسب‌وکار با توجه به بوم مدل می‌تواند مؤثر واقع شود. استروالد و پینیور [۱۹] بوم مدل کسب‌وکار را دارای ابعاد محصول، تعامل با مشتری، ابعاد

گذر زمان با مدرنیزه شدن ساختار تولید و فروش محصول دچار اضمحلال می‌شوند و جای خود را به فعالیت‌های نوین می‌دهند. در این روند، نه تنها هویت تاریخی - بومی کارکردها از بین می‌رود، بلکه گاهی با تغییر نام خیابان، هویت اسمی و اصالت آن نیز به فراموشی سپرده می‌شود. بازگرداندن فعالیت بومی و اصیل سنتی با در نظر گرفتن شرایط معاصر، بازساخت جغرافیایی است که ساخت فعلی را با اهرم‌های باززنده‌سازی و تجدید حیات فعالیت تغییر داده و به اصالت خویش باز می‌گرداند. در چنین ساختاری ناگزیر فضای فعالیت به تدریج به فضای اصیل خود بازگردانده می‌شود و با تزریق فعالیت سنتی (البته با معاصر سازی) محور شهری را تقویت می‌کند [۲۴]. در چنین فضای اقتصاد مبتنی بر صنایع دستی هویت‌ساز با آمیختگی شدید سنت‌ها، عادت‌ها، بینش سازندگان و نیز تأثیر شدید محیط جغرافیایی و ذوقی سازنده بر آن‌ها موجب تمایز کامل فرآورده‌های دست‌ساز می‌شوند و این همان هویت اصالت صنایع دستی است [۷]. توجه به مسئله تولید انبوه محصولات صنایع دستی برای پاسخ به تقاضا، حفظ کیفیت تولیدات همگام با کمیت آن‌ها اهمیت می‌یابد، چرا که ممکن است با افزایش تقاضا و عدم پاسخ‌گویی جامعه محلی به تقاضای ایجاد شده، کاهش کیفیت محصول رخ می‌دهد و به تدریج با افت کیفیت تقاضا سیر نزولی پیدا کرده و اقتصاد پایدار را دچار چالش کند [۲۵]. تنوع کارکردی فضاهای شهری در مقیاس عام و فضاهای عمومی شهر در مقیاس خاص به تنوع رفتار نیز منجر می‌شود. نوع مصرف فضا با توجه به کارکرد آن است که چگونگی رفتار اجتماعی مصرف‌کنندگان فضا را تبیین می‌کند [۲۶]. فضا بازتابی از آگاهی انسان از جهان، تجربیات او از زندگی و وابستگی‌های ارادی او با محیط خود است [۲۷]. بنابراین فضای رابطه آگاهانه یا ناخودآگاه به خواسته‌ها و اعمال ما وابسته است. فضا در یک زمان ثابت نیست، بلکه نتیجه یک فرایند طی زمان است که ایجاد می‌شود و نمی‌توان آن را از تغییرات فیزیکی و زمینه‌های اجتماعی جدا کرد [۲۴]. فضاهای مرکز شهر با ماهیت هویتی خود، فضایی برگرفته از فرهنگ و هویت بوده و به گذشته‌ای متعلق است که در آن نمودهای فرهنگ، تاریخ، اجتماع و اقتصاد محلی ساکنان شهر را می‌توان مشاهده کرد. در کنار عناصر فرهنگی و اجتماعی تجارت، کسب و کار عملکرد اقتصادی فضاهای مرکزی شهر محسوب می‌شود که خود تکمیل‌کننده هویت فرهنگی - اجتماعی شهر نیز هست. اقتصاد محلی در بافت مرکزی شهر نمود بیشتری می‌یابد؛ نمودی که دربرگیرنده هویت اقتصادی و بومی آن نیز هست. تجارت صنایع دستی برگرفته از اقتصاد بومی یکی از نمودهای هویت اقتصادی به‌ویژه محورهای تجاری شهر است. تجدید حیات هویت گذشته این‌گونه محورها با نمود صنایع دستی می‌تواند بازساخت سازمان فضایی گذشته را احیا کند و اقتصاد محلی را رونق دهد. بازساختی که ضمن معاصر سازی کالبدی بافت به بازساخت گردشگری و رونق اقتصاد محلی نیز منجر می‌شود. مطالعه مبانی نظری نشان می‌دهد موضوع اضمحلال صنایع دستی به‌ویژه صنایع هویتی یک شهر بر فضای شهری چنان تأثیرگذار است که به فرسودگی بافت و در نتیجه، کاهش توان اقتصادی در ابعاد مختلف منجر می‌شود. این در حالی است که بازتجدید حیات شهری محورهای تجاری مرکز شهر با رویکرد اقتصاد بومی مبتنی بر صنایع دستی می‌تواند توسعه و رونق اقتصاد محلی را سبب‌ساز شود. نگاه به نحوه بازتجدید اقتصاد محلی نیاز به تحلیل‌های داده‌بنیاد دارد که در آن بتوان با استفاده از مطالعات نظریه‌ای (زمینه‌ای) به الگوواره مناسب دست یافت. عناصر چنین الگویی دربرگیرنده محورهای علی، زمینه‌ای، میانجی، راهبردی و پیامدی است [۲۸]. شرایط علی در نظریه‌ی بنیادی به چرایی و چگونگی واکنش سوژه‌ها به یک پدیده خاص اشاره دارد. شرایط زمینه‌ای مجموعه‌ای خاص از شرایط است که در یک‌زمان و مکان خاص پدید می‌آیند تا مجموع اوضاع و احوال با شرایطی را به وجود آورند که اشخاص یا افراد (گروه‌ها) با عمل و تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند. شرایط زمینه‌ای منشأ در شرایط علی و دخیل دارند و محصول چگونگی تلاقی و تلفیق آن‌ها با یکدیگر برای شکل دادن به الگوهای مختلف با ابعاد گوناگون‌اند [۲۸]. کوربین و استروس [۲۹]



شکل ۱. مدل مفهومی و چارچوب فرایندی در تحلیل داده‌بنیاد

■ مواد و روش‌ها

رویکرد پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کیفی - استقرایی مبتنی بر روش پدیدارشناسانه تفسیری است که از رویکرد داده‌بنیاد استفاده کرده است. گردآوری داده‌ها با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و بدون ساختار انجام یافته است. در مواردی نیز جهت تطبیق ابعاد و محتوای مصاحبه از بررسی میدانی به شیوه مشاهده نیز استفاده شده است. واحد جغرافیایی پژوهش دربرگیرنده اصناف مرتبط با صنایع ظروف مسی مستقر در خیابان مسگرهای شهر زنجان است. واحد اجتماعی پژوهش شامل فعالان صنایع ظروف مسی محور یادشده هستند. با توجه به فرایند سیار و چرخه‌ای مدل داده‌بنیاد، روش اصلی نمونه‌گیری داده‌بنیاد، نمونه‌گیری نظری است که در تمام مدت جریان جمع‌آوری داده‌ها و انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته مورد توجه بوده است. در این شیوه از نمونه‌گیری تعداد سوژه‌های تحقیق از پیش مشخص نبوده و نمونه‌گیری تا زمانی که مفهوم جدیدی از طریق مصاحبه‌ها به دست نیاید و اشباع نظری حاصل شود ادامه می‌یابد. لذا با توجه به محدودیت‌ها، داده‌ها در بازه زمانی سه‌ماهه و بر اساس نمونه‌گیری هدفمند و نظری شامل ۲۴ فعال مستقر در خیابان مسگرها (توحید) بوده است. بیشتر نمونه‌ها مورد تحقیق دربرگیرنده فعالانی بوده است که هم در خیابان واحد صنفی فروش داشته‌اند و هم تولیدکننده صنایع دستی هستند. محدودیت‌های ناشی از ضبط صوتی و تصویری مصاحبه (مانند عدم تمایل و رضایت مصاحبه‌شوندگان)، در فرایند مصاحبه منجر شد فیش و یادداشت‌برداری لازم انجام گیرد و سپس داده‌های حاصل در بستر مدل داده‌بنیاد پیاده شوند. داده‌های گردآوری شده به شیوه تفسیری استقرایی (از جزء به کل) در مدل داده‌بنیاد تحلیل شدند، طوری که ابتدا داده‌ها کدگذاری باز (به تعداد ۶۵۰ کد) شده، و با ادغام موارد مشترک و مشابه کدها تقلیل یافت، سپس با کدگذاری محوری، و در نهایت با کدگذاری انتخابی مقوله و مفاهیم اصلی استخراج شد. در چنین فرایندی مدل الگوواره‌ای حاصل از شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و درنهایت، پیامدی ترسیم و تبیین شد. اعتبار داده‌ها حاصل از گفت‌وگو با مصاحبه‌ها به شیوه اشباع نظری حاصل شده است. با این حال، برای اطمینان از قابلیت اعتبار (تأییدپذیری) پژوهش از روش فن ممیزی استفاده شد، طوری که مراحل کار توسط دو نفر متخصص و آشنا به فرایند تحلیل‌های کیفی داده‌بنیاد تأیید شد.

سؤال‌های اصلی در فرایند مصاحبه شامل محورهای کیفیت، خدمات، تسهیلات، تولید و فروش، مدیریت صنفی و شهری، هویت و برند محصول بودند که برخی سؤال‌های فرعی نیز به تناسب سؤال طرح شده مورد بحث قرار گرفت. با توجه به سطح فعالیت مصاحبه‌شوندگان مزایا و چالش‌های چنین مصاحبه‌هایی ایجاب می‌کرد بستر برای طرح سؤال بعدی ایجاد شده و پاسخ‌های دریافت‌شده مورد بحث قرار گیرد که همین عامل هم فرایند مصاحبه را طولانی می‌کرد و هم مباحث جدیدی را ایجاد می‌کرد که نیاز به پژوهش‌های جداگانه دارد. سؤال‌های طرح‌شده در فرایند مصاحبه دربرگیرنده محورهای زیر بوده است:

- مدت‌زمان فعالیت در صنف و خیابان و دلایل انتخاب شغل و مکان فعالیت
- چگونگی وضعیت و کیفیت کالبدی (آسفالت، پیاده‌رو، سنگ‌فرش، نمای ساختمان‌ها، مبلمان و غیره)
- چگونگی کیفیت خدماتی محور مسگرها (مانند خدمات بهداشتی،

حمل‌ونقل، ترافیک، دسترسی‌ها، اسکان و غیره)

- چگونگی تولید و فروش محصول (محل تولید، محل فروش، قیمت، بازاریابی، تبلیغات، مواد اولیه، الکترونیکی، هزینه‌ها و غیره)
- چگونگی کیفی‌سازی محصول (کیفیت تولید، دقت، ظرافت، مقایسه با محصولات مشابه، برندسازی و غیره)
- چگونگی و کیفیت حمایت از صنایع ظروف مسی توسط مدیریت‌های مختلف (سازمان میراث، اتحادیه، بانک‌ها، استانداری، بازرگانی و غیره)
- چگونگی و کیفیت حمایت مدیریت شهری (مانند شهرداری) از بهسازی محیط خیابان مسگرها
- نحوه ساماندهی نظام تولید و فروش صنایع ظروف مسی محور
- نحوه مدیریت و اهرم‌های تشویقی تولید و فروش صنایع ظروف مسی
- نحوه پشتیبانی تولید و فروش محصولات ظروف مسی

■ یافته‌ها

شهر زنجان به عنوان مرکز استان زنجان با جمعیتی حدود ۴۳۰ هزار نفر یکی از شهرهای خوش آب‌وهوا واقع در دامنه‌های جنوبی البرز در شمال غرب کشور است. صنایع دستی این شهر مانند چاقو، مس، چاروق، ملیله، جاجیم، گیوه از دیرباز دارای شهرت ملی و جهانی بوده و سوغات این شهر محسوب می‌شود، طوری که زنجان در سال ۱۳۹۷ توسط شورای جهانی صنایع دستی به عنوان شهر جهانی ملیله نام‌گذاری شده است. از دیرباز صنعت ظروف مسی در کنار سایر صنایع دستی محوریت خاصی را در ساختار سازمان فضایی شهر ایفا می‌کرده است. نام‌هایی مانند بازار مسگرها، چاقو فروشان، خیابان مسگرها، دباغ‌ها، دمیچی‌ها، آهن‌گرها علی‌رغم گذشت زمان و تغییر نام هنوز در ساختار فضایی معیار شهر هویت دارند. یکی از محورهای مهم شهری که در گذشته محل فعالیت صنعتگران بومی با محوریت ظروف مسی بوده، خیابان مسگرها است که علی‌رغم تغییر نام (به توحید) هنوز هم در نظر بسیاری از ساکنان شهر به عنوان خیابان مسگرها شناخته شده و هویت فرهنگی - تاریخی ویژه‌ای به لحاظ کارکردی دارد [۱۰]. این محور اولین خیابان زنجان (به معنای مدرن آن) است که نه در دوران رضاخان، بلکه در عهد قاجار ساخته در زمان احتشام السلطنه، والی زنجان در حکومت ناصرالدین شاه، ساخته شده است [۳۱]. این محور مدتی بر اثر تأثیرات نوگرایی ساخت عملکردی مبتنی بر تولید صنایع ظروف مسی را از دست داده بود که در سال‌های اخیر با فعالیت‌های صورت گرفته توانسته است هویت اصلی خود را به تدریج بازتولید کند و محلی برای فعالیت‌های مبتنی بر فروش ظروف مسی باشد. محور مسگرها به طول ۷۰۰ متر از ابتدای خروجی بازار بزرگ زنجان (خیابان سعدی جنوبی) شروع می‌شود و در تقاطع صدر جهان به پایان می‌رسد. در این محور بیش از ۷۰ فروشگاه صنایع دستی با محوریت ظروف مسی فعالیت می‌کنند. بر اساس اطلاعات اخذشده از اتحادیه مسگران زنجان سال منتهی ۱۴۰۳ بیش از ۱۲۵۰ کارگاه مسگری در زنجان وجود دارد که روزانه ۲۰ تن ظروف مسی در استان زنجان تولید می‌کنند. بر این اساس، صنایع دستی مس در زمینه‌های قلم‌زنی، فیروزه‌کوبی، الماس تراش، نقره‌کوبی، میناکاری، با گردش مالی ۴۳۹۰ میلیارد ریال در ماه و ۳ هزار نفر شاغل در استان زنجان فعال هستند [۳۲].



شکل ۲. موقعیت محدوده در شهر زنجان با عناصر مهم تاریخی- هویتی ظروف مسی محور مسگرها

می‌دهد گزینه‌هایی مانند بنای امامزاده، کارگاه‌های مسگری قدیمی، کاروان‌سراها، کارگاه‌های مسگری، کارگاه سفیدگری ظروف مسی، چکش‌زن‌های ظروف مسی، انبارهای ظروف مسی، چاقوسازها، تبر سازها، داس سازها، پالان‌دوزها، باربرهای ظروف مسی، چرخ‌دستی‌های ورودی شهر، بازار تاریخی، کاروان‌سرای دخان، حمام صدیقی اشاره داشتند که هر یک یادآور خاطره‌ای از هویت گذشته هستند. این مقوله نقطه آغازین شناخت مختصات اقتصادی محور است که نشان می‌دهد محور یادشده دارای کدام هویت تاریخی و سنتی بوده و این هویت چگونه شکل‌گیری و بازتجدید صنایع دستی با اهرم مس و مسگری را سبب‌ساز شده است. با نگاهی به گذشته تاریخی شهرها مشاهده می‌شود که عمدتاً بازارهای مرتبط با صنایع دستی در مبادی ورودی و خروجی شهرها و یا در خروجی و ورودی بازارهای اصلی شهر قرار داشته‌اند. مطالعه سازمان فضایی بازار تاریخی شهر زنجان نشان می‌دهد ورودی غربی بازار تاریخی نیز اختصاص به کارگاه‌های مسگری و آهنگری داشته که در حال حاضر تولید و فروش ظروف مسی در آنجا رونق دارد. در مبادی شرقی نیز که خروجی بازار تاریخی زنجان است همین فعالیت در خیابان مسگرها مشاهده می‌شود. هرچند در کنار بازار مسگرها سایر فعالیت مرتبط دیگر مانند چاقوسازی، گیوه‌بافی، گلیم‌بافی، چاروق‌دوزی، ملیله‌کاری و غیره نیز به چشم می‌خورد، ولی آنچه به این محور هویت کالبدی و فعالیت داده هویت مبتنی بر ظروف مسی و مسگری است. با توجه به مباحث مطرح‌شده، مقولات اولیه استخراج‌شده از کدگذاری و رسیدن به مقوله اصلی در جدول ۱ آمده است.

گروه مورد پژوهش دربرگیرنده ۲۴ فعال صنفی با تجربه کاری بیش از ۲۰ سال در صنعت تولید و فروش ظروف مسی شهر زنجان هستند که در حال حاضر واحد صنفی خود را در خیابان مسگرها مستقر کرده‌اند. فعالان صنعت عمدتاً ساکن شهر زنجان با مدت سکونت بیش از ۳۰ سال و بومی هستند. در بررسی کلی فعالان صنایع ظروف مسی، این مهم حاصل شد که فعالان صنعت یادشده را از پدران و یا نزدیکان خود به ارث برده و به دلیل رونق اقتصادی و هویت سنتی (محلی) صنایع مسگری در آن فعالیت دارند. با توجه به فرایند مدل داده‌بنیاد یافته‌های حاصل از مصاحبه (و مشاهده موردی)، ابتدا کدگذاری باز و محوری شده، سپس مفاهیم و مقولات اصلی استخراج شده و در نهایت کدگذاری انتخابی (گزینشی) انجام و مقولات اصلی حاصل شد. مدل الگوواره‌ای بر اساس مفاهیم و مقولات استخراجی ترسیم شد. نتیجه فرایند کدگذاری دستیابی به ۳ طبقه (مقوله) اصلی: هویت کالبدی و فعالیت، تسهیلات و خدمات، برندسازی و پشتیبانی فعالیت به عنوان اجزای اصلی بازتجدید حیات اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی ظروف مسی محور مسگرها زنجان بوده است. ساختار تفسیری مقولات اصلی به شرح زیر است:

۱- مقوله هویت کالبدی و فعالیت

در ادبیات نظری پژوهش، هویت کالبدی و حفظ ارزش‌های تاریخی آن یکی از شاخص‌های اصلی در بازتولید فضا و توسعه اقتصاد محلی بیان شد. در بررسی‌های میدانی این سؤال پرسیده شد که ویژگی‌های خیابان مسگرها در بافت مرکزی شهر زنجان یادآور چه چیزهایی بوده و ساختار فیزیکی محور چگونه است. تحلیل پاسخ مصاحبه‌شوندگان در ساختار کدگذاری باز نشان

جدول ۱. مقوله هويت كالبد و فعاليت خيابان مسگرها

تكرار كد	كدهای نهایی	مقوله اوليه	طبقه (مقوله) اصلی
۲۱	دسته عزاداری، امامزاده سيد ابراهيم، مسجد حیدريون، نشان های سپاه محرم، كوچه مسجدیری، مسجد آقا كاظم	اماكن و مراسم مذهبی	هويت كالبد و فعاليت
۲۳	پالان دوزها، بوم گردی دخان، كاروان سراي دخان، پلاستيك فروشان، قند و شكر فروشان، توزيع كنندگان مواد خوراکی، منازل مسكونی بزرگ، حمام، مسگرها، چاقوسازها، نان تنوری، بناهای قدیمی دهمان، دخان، مسجد یری، بناهای سنتی با الگوی ایرانی - اسلامی، مهمان پذیر اسلامی، طارم، الوین، سنتی زنگان، بوم گردی سنتی دهمان، فرسودگی بناها.	اماكن و فعاليت قدیمی	
۱۸	تردد مسافران، خروجی مرکزی شهر، پارکینگ مرکزی، ایستگاه های تاکسی، تخلیه بار سنتی (چرخ و گاری دستی)، شبکه حمل و نقل ارگانیک،	شبکه سنتی	
۲۳	بدنه سنتی ولی فرسوده، آشفته گي بصری، نما نامناسب و فرسوده، تابلو نماهای مسگری و صنایع دستی، آشفته گي ابعاد و نظم تابلوها، کف سازی پیاده روها، خرابی کف، نبود صندلی و نشیمنگاه، نبود تابلوهای راهنما، سایبان، نشیمنگاه، توقف موقت، استراحتگاه و غیره	زیباسازی و مبلمان	
تصویر هوایی بافت خيابان و مسگرها پیرامون آن			

چالش هایی ریشه در کم توجهی گذشته داشته که اضمحلال محور را سبب ساز شده و فرسودگی آن را تسریع بخشیده است. بخشی از اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی در محور یاد شده به کیفیت محیطی برمی گردد که هر چه بالاتر باشد به همان اندازه پویایی کالبد اقتصاد محلی را رونق بخشیده و آن را ارتقا می دهد. ویژگی عناصر و بناهای موجود در محور و پیرامون آن ظرفیتی برای توسعه کالبدی است که توجه به آن ظرفیت اقتصاد محلی را بیشتر شکوفا خواهد کرد. جدول ۲ ظرفیت و چالش های مقوله خدمات و تسهیلات واحدهای صنفی صنایع دستی خيابان مسگرها را نشان می دهد.

۲- مقوله خدمات و تسهیلات

مقوله تسهیلات و خدمات موجود و همچنین، چالش های خدماتی و تسهیلاتی استخراج شده دربرگیرنده مواردی است که در دو بعد تناسب خدمات با صنایع دستی و چالش های خدماتی محور قابل بررسی است. در مصاحبه های فعالان مسگری خيابان، آنچه با مقوله های اولیه خدمات ایمنی و انتظامی، نظافت و بهداشت، تردد و حمل و نقل، اسکان و اقامت، وضعیت فیزیکی ساختمانی محور یاد شده استخراج شده است تبیین کننده مقوله اصلی خدمات و تسهیلات کالبدی محور است. مصاحبه ها نشان می دهد محور مسگرها علی رغم ظرفیت جذب گردشگر، با چالش های جدی کالبدی مواجه است.

جدول ۲. مقوله خدمات و تسهیلات در خيابان مسگرها

تكرار كد	كدهای نهایی	مقوله اوليه	مقوله اصلی
۱۹	نبود سطل آشغال، جمع آوری نامناسب زباله، حیوانات موزی، بهداشت نامناسب پیاده رو، شبکه فاضلاب	سرویس بهداشتی، داروخانه، مطب پزشکان، پایگاه بهداشت و درمان، نظافت خيابان، وجود حمام عمومی	بهداشتی
۱۸	سد معبر، آشفته گي کالایی معبر، تراکم ترافیکی، پارک دوبله، التقاط سواره و پیاده، ظرفیت پارکینگ، تابلو های راهنمای مسافر، خوانا نبودن مسیر،	پارکینگ، حمل و نقل عمومی، ایستگاه اتوبوس، تاکسی، باربری دستی، روسازی مناسب معبر، مسیر مستقیم و یکپارچه	تردد و حمل و نقل
۱۵	ظرفیت پایین اسکان، نبود نشیمنگاه موقت، تراکم مسافر - آبخوری و استراحتگاه، ضعف نشانه گذاری و شناخت بناها، خوانایی پایین آدرس دهی	مهمان پذیر، هتل و مسافر خانه اطراف، استراحت موقت امامزاده و مساجد، اغذیه فروشی، رستوران ها، بازار خرید سایر نیازها، بازار میوه	رفاهی، اسکان و اقامت
۱۸	عرض کم پیاده رو، عدم رعایت قوانین راهنمایی، تردد ناایمن، التقاط سواره و پیاده، مشکلات تردد اورژانس و آتش نشانی	سنگ فرش پیاده رو، خطوط عابر، امنیت اجتماعی، حضور پلیس، کنترل هوشمند، دوربین های نظارتی	ایمنی - انتظامی

تکرار کد	کدهای نهایی چالش	کدهای نهایی قوت	مقوله اولیه	مقوله اصلی
۱۹	آشفتگی بصری نما، خرابی پیاده‌رو، فرسودگی بناها، درهم آمیختگی فعالیتها، بی‌نظم تابلوها، اغتشاش بصری، ناسازگاری برخی فعالیتها (مانند دخانیات)، مسقف نبودن پیاده‌رو و نبود سایبان، نامناسب بودن پیاده‌رو	تراکم پایین ساختمانی، دید بصری مناسب، طولی بودن محور، حفظ ساختار ارگانیک، آسفالت مناسب، مساحت بزرگ مغازه‌های مس	فیزیکی - ساختمانی (زیباسازی)	محصولات (کیفیت محصول) خدمات و تسهیلات
۲۳	نبود راهنمای مسافر، آدرس‌دهی و نشانه‌یابی پایین، تراکم صوتی و آشفتگی بصری منجر به تشویش ذهنی گردشگر، پشتیبانی خدماتی پایین از گردشگر در هدایت، راهنمایی و معرفی صنعت مسگری، ضعف برگزاری تورهای گردشگری مس، سردرگمی مسافر و گردشگر در شناخت، تردد، بازیابی ذهنی محور و صنایع‌دستی، مسائل تردد مسافران	گردشگری پذیر بودن محور، وجود مسافرخانه‌ها، مهمان‌پذیرها در محور، اغذیه‌فروش‌ها، مجاورت با سایر اماکن تاریخی و زیارتی (مانند بازار تاریخی زنجان)، تأمین پارکینگ در مجاورت محور، فاصله اندک از ورودی و خروجی شهر، تنوع کالاهای سنتی و صنایع‌دستی مرتبط در پیرامون محور، بافت ارگانیک جذاب برای گردشگران، بناهای قدیمی داخل و پیرامون محور، مانند کاروان‌سراها، تیمچه‌ها، مسجد قدیمی، بازارهای سنتی و غیره	گردشگری	

می‌کند. صنایع ظروف مسی زنجان در کنار سایر صنایع‌دستی مانند چاقو، ملبله، گیوه و غیره، برند شهر زنجان بوده، اعتبار و اعتماد هویتی ملی و بین‌المللی را کسب کرده است. خیابان مسگرهای زنجان محل ارائه و هویت‌دهی این برند است. با توجه به نتایج استخراج‌شده از مصاحبه‌ها برند صنایع‌دستی یکی دیگر از مقوله‌های اصلی حاصل از مصاحبه‌ها مفهوم یافت. این مقوله دربرگیرنده زیرطبقه (مقوله‌های اولیه): تنوع محصول، کیفیت محصول، مصرف و تولید محصول، رقابت‌پذیری است که محتوای ساختاری آن در جدول ۳ آمده است.

۳- مقوله برنندسازی محصول
برند دارای ماهیت اجتماعی است که مجموعه برداشت از کالا و خدمات یا هر چیز دیگر را دربرگرفته که به ایجاد احساس مثبت از آن منجر می‌شود. در واقع، برند قولی است که محصول با توجه به توقع مشتری به آن عمل می‌کند. برند شهری ترکیبی از نمادها، ارزش‌های محلی، هویت تاریخی، فرهنگ شهری، ویژگی‌های اجتماعی و فومی، آثار و بناهای تاریخی، مناسبات ملی و بین‌المللی، جذابیت‌ها و امکانات منطقه و حتی اشخاص برجسته شهر است [۳۳]. یکی از برندهای شهری برند صنایع‌دستی آن است که به جذب افراد و گردشگران منجر می‌شود و هویت محصول مورد ارائه را تقویت

جدول ۳. مقوله برنندسازی محصول صنایع‌دستی مس در خیابان مسگرها

تکرار کد	کدهای نهایی چالش	کدهای نهایی قوت	مقوله اولیه	مقوله اصلی
۲۰	تکرار شکلی در یک محصول، ضعف تنوع شکلی در یک محصول، ساختار شکلی عمدتاً مدور و فاقد اشکال هندسی دیگر.	ظروف آشپزخانه و پذیرایی (قدان، قوری، سماور، قاشق، پیاله، انواع چاقو، لیوان، ماست‌خوری، آجیل‌خوری، بشقاب، قابلمه و غیره) ظروف تزئینی (دیوارکوب‌ها، گلاب، ست‌های مختلف هفت‌سین، عقد و غیره، تابلو نما، گلاب‌پاش‌ها، شمعدان و غیره)، سایر ظروف مانند گردسوزها چراغ‌ها، نورافشان‌ها، جادستمالی‌ها، گلدان، سطل و غیره، خلاقانه بودن محصول، کاربرد چندگانه محصول (مصرفی، تزئینی)	تنوع	برند محصول
۲۳	ماشینی شدن برخی بخش‌ها و افت کیفیت، وجود محصولات تقلبی و غیراصلی، نبود بسته‌بندی محصول، فروش فله‌ای، ضعف در کد اصالت کالا، قلابی بودن برخی محصولات.	جنس مناسب مس، خالص بودن جنس، ساخت مناسب و محکم، دست‌ساز بودن محصول، دقت در ساخت، توجه به جزئیات ساخت، ظریف کاری، حکاکی، ملبله کاری، قلم‌زنی شده، خاتم کاری شده، پایداری طولانی مدت کیفیت، خرابی پایین، دوام و استحکام بالا، اصالت کالا	کیفیت	
۲۱		دست‌ساز، حکاکی و قلم‌کاری دستی، تولید در کارگاه‌های دستی، مهارت صنعتگران، آموزش صنعتگران جدید، حجم مناسب تولید، تعدد صنعتگر و انتقال دانش نسلی، سهولت فرایند تولید با نوآوری فناوری، هزینه کاری بالا و صرفه اقتصادی ناشی از هزینه‌های تولید، مشکلات تأمین مواد اولیه	شیوه تولید و مصرف	
۱۹	وجود بازارهای تولید و فروش رقیب داخلی مانند اصفهان، کرمان وجود کالاهای چینی و ترکیه‌ای، نبود کد اصالت کالا، عدم امکان رهگیری کالا، مواد خام اولیه نامرغوب، اثر تحریم‌های اقتصادی، ضعف در اجرای نظام مالیات، ناشناس بودن برخی محصولات و عدم درج نام و برند بومی، عدم تشخیص اصالت کالا، بسته‌بندی برخی محصولات، فرآیند نبودن نظام بسته‌بندی محصول،	ارزش تاریخی و شناخته شدن، برند محصول با نام زنجان، درج نام زنجان در محصول، معروفیت سوغاتی، صادرات به دیگر شهرها، استان‌ها و کشورهای همسایه، قیمت مناسب، منحصر به فرد بودن، خلاقیت محصول، ثبت جهانی محصول، گردش مالی بالا	رقابت‌پذیری	

تکرار کد	کد نهایی چالش	کدهای نهایی قوت	مقوله اولیه	مقوله اصلی
۲۳	تبلیغات ناکافی محصول، خدمات پس از فروش ناکافی، عدم امکان تعویض و مرجوعی کالا، ضعف مشتری مداری، نظام حمل و نقل و ارسال سنتی باربری، ضعف معرفی محور مسگرها، مشکل ارتباط نظام تولید، فروش با نظام مدیریت شهری و اداری، ارسال فله‌ای به دیگر نقاط، ضعف در امکان رهگیری بازار، ارسال فله‌ای، بازاریابی سنتی، حمایت ناکافی بخش دولتی در تسهیلاتی امور، بنیان‌های مالی ناکافی با توجه تولیدات خود، ضعف در اخذ و ارائه تسهیلات تولید و فروش و نوسازی صنف، نظام تأمین اجتماعی صنف	خدمات پس از فروش، فروش اینترنتی، امکان ارسال محصول، پاسخ‌گویی و مشاوره خرید، نمایش کالا در بسترهای حضوری و مجازی، وجود اتحادیه مسگران و چاقو سازان، نظام معافیت مالیاتی تولیدکنندگان صنایع دستی	پشتیبانی	تولید و بازاریابی
	تأثیرپذیری از قیمت جهانی، تحریم‌های اقتصادی کشور، کالاهای چینی با قیمت پایین‌تر، فرایند تولید خود و هزینه تولید بالا	قیمت مناسب کالا، ارزش طراحی و زیبانشاخی کالا، مشتری‌پسند و چشم‌نواز بودن محصول، ارزش فرهنگی و هویتی کالا، تنوع طراحی و قیمت محصول نوع کالا.	قیمت و ارزش محصول	
۲۳		حمایت نسبی ولی ناکافی در تسهیلات بانکی، بیمه، تأمین اجتماعی و مالیات، ارتباط غیریکپارچه و ساختار نیافتن صنعتگران با نظام مدیریت دولتی شهری، نگاه غیر هویتی و تجاری مدیریت شهری به صنعتگران مس و اخذ عوارض تجاری، نبود شهرک صنایع دستی، عدم ارتباط مناسب و مداوم مدیران با صنعتگران، ضعف برگزاری جلسات هم‌اندیشی بین صنعتگران صنایع دستی و مدیران مرتبط.	مدیریتی	

مدل الگوهای اقتصاد محلی شهری مبتنی بر صنایع دستی

فرسوده و کدر، از بین رفتگی سنگ‌فرش پیاده‌روها و عدم بهسازی آن‌ها، استفاده از مصالح نامرغوب در کف‌سازی، سد معبر در محور، حیوانات موزی، بهداشت نامناسب و آلودگی بصری و صوتی محور، تراکم ترافیکی و نقاط سواره و پیاده، خوانایی نامناسب مسیر، نبود سایبان، چینش نامناسب کالا در پیاده‌روها، انبارهای کالایی فرسوده، زیرساخت شبکه فاضلاب اشاره کرد. در چالش علی‌الکالبدی پاسخ‌گویی معتمدان که وضعیت کالبدی ساختمان‌ها بسیار نامناسب بوده و ضوابط و مقررات شهرسازی اجازه نوسازی را نداده و یا هزینه‌های اخذ مجوز از مدیریت شهری بالا است. پاسخ‌گویی وضعیت پیاده‌رو محور را بسیار آشفته ارزیابی کردند و اذعان داشتند که سنگ‌فرش استفاده شده نامرغوب بوده و کیفیت اجرایی لازم را نداشته است. همچنین، ورثه‌ای بودن برخی بناها نیز عاملی برای نوسازی و بهسازی بناها بوده است. نبود تابلوهای راهنما مسافر، سد معبر پیاده‌روها توسط دیگر کاسبان، وجود مراکز پخش مواد غذایی با ایجاد تراکم بارگیری و تخلیه بار در محور، فعالیت‌های ناسازگار در محور، نبود مبلمان بهداشتی و زیبانشاخی نیز از موارد مهم بیان شده توسط صنعتگران و فروشندگان مس زنجان در خیابان مسگرها (توحید) بوده است. در مصاحبه نمونه از آقای ا- ف که از تولیدکنندگان و فروشندگان صنایع دستی مس و چاقوی زنجان در خیابان مسگرها است ایشان اشاره داشتند که صنعت مس خیابان مسگرها زنجان دارای تاریخ طولانی در شهر زنجان بوده و در گذشته نه‌چندان دور (حدود ۴۰ سال قبل) افراد از روستاها و شهرهای اطراف زنجان برای خرید ظروف چینی به اینجا می‌آمدند و ممکن بود برای چند روز در مسافرخانه‌های اطراف مانند مسافرخانه قیدار، طارم، اسلامی یا در امامزاده اسکان داشته باشند. اما با گذشت زمان با آمدن ظرف‌های جدید مانند ظروف چینی، لعابی، فلزی، روحی، استیل، ملامین، پلاستیکی و غیره این صنعت در محور یادشده از بین رفته برای مدت‌ها فراموش شد. در پاسخ به سؤال چگونه دوباره این محور برای صنایع دستی جان گرفته است؟ ایشان فرمودند که توصیه‌ها و بیان مزایا و فواید استفاده بهداشتی و پزشکی ظروف مسی و همچنین، رونق صنایع دستی از یک‌طرف و تبلیغات صنایع دستی زنجان و ثبت میراثی آن‌ها باعث شد بسیاری از صنعتگران قدیمی که مشغول ساخت صنایع دستی ظروف مسی به صورت محدود بودند با توجه به اینکه در محور مسگرها صاحب‌ملک و مغازه بودند دوباره به این محور بیایند و مشغول تولید و فروش ظروف مسی شوند که رفته‌رفته محل تولیدی خود را به حاشیه شهر (مانند سایت کارگاهی، شهرک صنعتی) انتقال داده و محل کسب و فروش در خیابان مسگرها باشد.

با توجه به کدبندی، مقوله‌ها و مفهوم (مقوله اصلی) حاصل از فرایند مصاحبه که به سه مفهوم (مقوله) اصلی منتهی شد. فرایند الگوهای از کدگذاری محوری که نتیجه کار تحلیل داده‌بنیاد در آن تبیین می‌شود و در نهایت، به کدگذاری انتخابی ختم می‌شود. این مراحل از کدگذاری به دنبال کدگذاری باز انجام شده و فرایند تبدیل مفاهیم به مقوله‌ها و یا خلاصه کردن داده‌ها، تحت عنوان مقوله‌های اصلی است [۳۳]. لذا با توجه به مدل اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی در محورهای شهری با تأکید بر صنایع دستی ظروف مس زنجان به تفسیر شرایط علی، زمینه‌ای، میانجی، راهبردی و پیامدی پرداخته شده و مدل الگوهای آن ترسیم شد.

شرایط علی

شرایط علی در نظریه‌مبنایی به چرایی و چگونگی واکنش سوژه‌ها به یک پدیده خاص اشاره دارد [۲۸]. در پژوهش حاضر شرایط علی به هویت تاریخی و برند صنعت مس در اقتصاد محلی شهر زنجان و چالش اضمحلال کالبدی محور مسگرها در رونق اقتصاد محلی صنایع دستی اشاره دارد. از جمله عوامل علی مؤثر (قوت) که به رشد صنعت مسگری در خیابان مسگرها شهر زنجان منجر شده است، می‌توان به وجود هویت تاریخی خیابان مسگرها و کارکرد سنتی آن در اقتصاد شهری، کارگاه‌های صنایع ظروف مسی در محور، فروشگاه‌های فروش صنایع دستی در محور، تجربه و سابقه صنعتگران، ارزش تاریخی و فرهنگی صنعت مس در زنجان و محور مسگرها، قرارگیری در بافت مرکزی شهر، کیفیت و دوام زیستی محصول، اصالت هویتی کالا، قرارگیری در خروجی مسافر و اماکن زیارتی و سیاحتی تاریخی، مشتری‌پسند بودن محصول، نماد سوغات زنجان، تولید بومی، ظرفیت کاری و متنوع‌سازی محصول، اشاره کرد. در سوی دیگر اضمحلال تدریجی کالبدی محور مسگرها (توحید) در ابعاد ساختمانی، شبکه، خدمات و تسهیلات از ضعف‌ها و چالش‌های علی محور یادشده هستند. فرایند حاصل از مصاحبه و مشاهده‌های میدانی در خصوص چالش‌های علی خیابان مسگرها که بر اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی مس نشان می‌دهد بافت کالبدی فعلی دچار فرسودگی کالبدی شده و ساختار فیزیکی آن در ابعاد مختلف با مسائل جدی مواجه است. از جمله چالش‌های علی کالبدی محور مسگرهای شهر زنجان می‌توان به مواردی مانند فرسودگی فیزیکی و عمر بالای ۴۰ سال ساختمان‌ها، کیفیت نامناسب معبر، نبود مبلمان حداقلی مانند صندلی، نشیمنگاه، سطل آشغال، روشنایی، نمای نامناسب و

شرایط زمینه‌ساز

شرایط زمینه‌ای مجموعه خاصی از شرایط هستند که در یک‌زمان و مکان خاص پدید می‌آیند تا مجموع اوضاع و احوال یا شرایطی را به وجود آورند که اشخاص یا افراد (گروه‌ها) با عمل و تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند. شرایط زمینه‌ای منشأ در شرایط علی و دخیل دارند و محصول چگونگی تلاقی و تلفیق آن‌ها هستند [۲۸]. در واقع متغیرهای زمینه‌ای، اشاره به عوامل بافت و زمینه‌ای دارد که به اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع‌دستی در محور مسگرهای شهر زنجان منجر می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد شرایط زمینه‌ای در سه محور وضعیت خدمات و تسهیلات محور، برند، وضعیت مدیریت و پشتیبانی صنایع‌دستی قابل بررسی است عوامل زمینه‌ای خدمات و تسهیلات محور می‌تواند در وجود امکان زیارتی، مذهبی، اقامتگاهی و پذیرایی محور و پیرامون آب باشد. از جمله عوامل به‌دست‌آمده از فرایند مصاحبه و مشاهده می‌توان به وجود امامزاده سید ابراهیم زنجان با ظرفیت زیارتی، استراحتگاهی موقت، مهمان‌پذیرهای طارم، قیدار، الوین، خانه‌های بوم‌گردی مانند دمان، دخان و هتل سپید زنجان با ظرفیت اقامتی اشاره کرد. نزدیکی و مجاورت با ایستگاه‌های حمل‌ونقل عمومی و دسترسی نسبتاً مناسب به پارکینگ‌های عمومی، خدمات پذیرایی، امکان خروج سریع از بافت ترافیکی شهر، امکان بارگیری و ارسال کالا، دسترسی به سایر امکان فرهنگی تاریخی شهر اشاره کرد. این عوامل شرایط زمینه‌ساز برای رونق اقتصاد محلی در محور یادشده بوده که به حضور خریداران، گردشگران منجر می‌شود و اقتصاد مبتنی بر صنایع‌دستی در آن رونق می‌بخشد. در کنار این عوامل چالش‌های خدماتی و تسهیلاتی مانند دسترسی نامناسب به سرویس بهداشتی، ظرفیت پایین اسکان، ظرفیت پارکینگ و عدم هدایت مؤثر خودرو به پارکینگ، بهداشت نامناسب محور از موارد مهم بیان شده است.

مصاحبه با صنعتگران (و فروشندگان) نشان می‌دهد برند بودن صنعت دستی مس زنجان در مقیاس محلی، منطقه‌ای و ملی معروفیت داشته و خیابان مسگرها نماد تولید و فروش صنایع‌دستی زنجان (به‌ویژه ظروف مسی) است. عوامل زمینه‌ای برند محصول می‌تواند به شهرت محلی، منطقه‌ای و جهانی صنایع‌دستی مس ایران و مس زنجان، ثبت ملی صنایع مس زنجان، تنوع محصول، کاربردی بودن روزمره محصول، حک نام زنجان روی محصول، کیفیت ساخت، استحکام محصول، خلوص مواد اولیه، هنر دست، شناخت و نام خیابان با نام مسگرها، توجه به جزئیات و ظرافت محصول، توجه به ابعاد زیباشناختی محصول، بومی بودن تولیدکنندگان، قیمت مناسب کالا، سابقه تاریخی محصول، اشاره کرد که به شکل‌گیری صنایع محلی در خیابان مسگرها منجر شده و برند مس زنجان را شکل داده است. برند مس زنجان برندی با شناخت منطقه‌ای، ملی و جهانی است که در خیابان مسگرها هویت یافته و اقتصاد محلی آن را شکل داده است، طوری که آدرس دهی صنایع‌دستی مس و چاقو در زنجان برای گردشگران، مسافران با نشانی: سعدی جنوبی روبه‌روی بازار، خیابان مسگرها هویت می‌یابد.

شرایط زمینه‌ای مدیریت و پشتیبانی صنایع‌دستی در خیابان مسگرها نشان می‌دهد معرفی محصول در مجامع ملی و جهانی توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، و شبکه‌های مجازی، امکان فروش اینترنتی، امکان تعمیر و بازسازی محصول، وجود اتحادیه مسگران، بیان صنعت مس زنجان در بروشورهای تبلیغاتی صنایع‌دستی زنجان، وجود خدمات پشتیبان مس مانند قلع‌گری، سفیدگری، قلم‌زنی ظروف مسی در محور، معرفی محصول به دیگران، حکاکای نام‌سازنده محصول روی کالا، ارسال کالا به دیگر نقاط کشور، دادن کادو یا هدیه صنایع‌دستی مس به گردشگران، آموزش تخصصی صنعتگران جدید توسط اتحادیه یا سایر صنعتگران، مهمانان در مراسم‌های مختلف مدیریت شهری از جمله عوامل قوت زمینه‌ای مدیریت و پشتیبانی محصول است در کنار این عوامل قوت: فروش فله‌ای، ضعف بسته‌بندی، نبود نظام رهگیری کالا، ضعف مشتری‌مداری، فروش محدود اینترنتی، بنیان مالی ناکافی صنعتگران، ضعف ارائه تسهیلات، بازاریابی سنتی، عدم امکان مرجوعی

یا تعویض کالا در فروش مجازی، ارتباط مدیریتی ضعیف صنعتگران و مدیران مرتبط، نگاه تجاری مدیریت شهری به ساختار خیابان مسگرها و اصناف صنایع‌دستی آن در نتیجه عدم بهسازی و نوسازی محور، نظام تأمین اجتماعی نامناسب ضعف آموزش‌های بازاریابی محصول، تولید و فروش نسبتاً سنتی، ضعف کد اصالت کالا، نبود نظام رهگیری کالا، از جمله عوامل زمینه‌ای منفی مدیریت و پشتیبانی صنایع‌دستی در خیابان مسگرها هستند. مصاحبه با صنعتگران (تولید و فروشندگان) نشان می‌دهد نگاه تولیدکنندگان و فروشندگان به مدیریت شهری در رسیدگی به محور مسگرها و صنعت مس نگاه مناسبی نبوده و اقدامات و شیوه‌نامه آن‌ها را مانعی برای رونق صنعت مس زنجان می‌دانند. در مصاحبه‌ها ضعف صدور مجوز بهسازی و نوسازی، ضعف مدیریت شهری در رسیدگی و ساماندهی ترافیکی، بهسازی معبر، پیاده‌رو، میلمان و غیره را موضوعی مهم و تکراری محسوب می‌شد. ضعف تعامل مدیریت شهری و ادارای با صنعتگران و اصناف صنایع مس زنجان چالش زمینه‌ای برای حرکت کند روند توسعه صنایع‌دستی در محور مسگرها لحاظ شد.

شرایط مداخله‌گر و میانجی

شرایط میانجی یا مداخله‌گر، دسته‌ای از عوامل و متغیرها هستند که اثربخشی اقدامات برنامه‌ریزان را خنثی می‌کنند. وجود فاکتورهای مداخله‌گر، همواره سبب می‌شوند تا فشار بیشتری به سیستم وارد شود و انرژی و کارایی آن کاهش یابد [۲۸]. به بیان دیگر، این شرایط به عوامل و عناصری مناسب یا نامناسب اشاره دارند که اثرات یک یا چند عامل تغییر را کندتر یا فعال‌تر می‌سازند [۲۹]. تبیین شرایط میانجی اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع‌دستی در محور مسگرهای زنجان وابسته به عوامل و متغیرهای بیرونی مرتبط می‌شود که روی اقتصاد محلی خیابان مسگرها تأثیرگذاری دارد. از جمله عوامل فعال تأثیرگذار مدیریت صنایع‌دستی و نگاه کلان مدیریت محلی و منطقه‌ای و ملی به رونق صنعت است که با اهرم‌ها و قوانین تسهیل‌گر فعال‌سازی صنعت یادشده را رقم می‌زند. نگاه مثبت مدیریت محلی (سازمان میراث فرهنگی و صنایع‌دستی استان، و دستگاه‌های خدمات‌رسان) در ارائه خدمات پشتیبانی اثر فعال بر رونق اقتصاد محلی صنایع‌دستی دارد. بازاریابی و تجاری‌سازی محصولات صنایع‌دستی با معرفی صنایع‌دستی مس زنجان، پیگیری ثبت جهانی آن، معرفی زنجان به عنوان شهر ملی میلیه، برگزاری نمایشگاه‌های ملی و استانی برای معرفی صنایع‌دستی به صورت رایگان، حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان برای تقویت بازاریابی الکترونیکی صنایع‌دستی، ارائه تسهیلات و حمایت‌های مالی برای بهبود کیفیت تولیدات، برگزاری دوره‌های آموزشی و ترویج فروش محصولات در بازارهای داخلی و بین‌المللی، نگاه مثبت مدیریت‌های مختلف استان به صنایع‌دستی مس و معرفی، خرید صنایع از صنعتگران و فروشندگان برای مراسم‌های مختلف، ارائه مشوق‌های حمایتی برای صادرات محصول به کشورهای دیگر (مانند معافیت پیمان‌سپاری ارزی)، معرفی محصولات از طریق رایزنی‌های فرهنگی و سفارتخانه‌ها، تعیین سقف معافیت‌های مالیاتی برای صنایع‌دستی (مانند ماده ۱۴۲ قانون مالیات)، قانون حمایت از هنرمندان، استادکاران و فعالان صنایع‌دستی (۱۳۹۶)، فعال بودن اتحادیه صنایع‌دستی و مؤسسه اتحادیه صنف مسگران زنجان، وجود اتحادیه تعاونی صنایع‌دستی زنجان، بیمه صنعتگران صنایع‌دستی، ثبت نشان جغرافیایی چاقو و میلیه (روی مس) زنجان، ساخت خانه هنرهای سنتی زنجان برای آموزش رشته‌های بومی و سنتی صنایع‌دستی از جمله ظروف مسی، معرفی فروشگاه‌های آنلاین و سنتی صنایع‌دستی در تارنما‌های مختلف دولتی و غیردولتی اشاره داشت. در شرایط میانجی عوامل مانع یا کندکننده اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع‌دستی مس را می‌توان در نگاه درآمدمد مدیریت شهری به اصناف فعال در صنایع‌دستی خیابان مسگرها اشاره داشت که مانع جدی در بهسازی و نوسازی بافت است. ضعف طرح‌های توسعه شهری و ضعف برنامه تفصیلی و طرح موضعی در مقیاس خیابان مسگرها و طرح موضعی توسعه صنایع‌دستی در مقیاس فضای شهری، تورم، تحریم، مشکلات مبادله، امکان

در حمایت از صنایع دستی، بروکراسی اداری در ارائه خدمات اجرایی و مالی به صنعتگران، سیاست‌های پراکنده، لحظه‌ای و متغیر نظام مالی و ارزی ناشی از تحریم‌ها در انتقال و فروش کالا، ضعف سیاست‌های اجرایی برنامه‌های تدوین شده بالادستی، ضوابط و مقررات طرح تفصیلی در برخورد با محور مسگرها، نگاه درآمدی مدیریت شهری در ارائه مجوزهای بهسازی و نوسازی، نبود برنامه و طرح مشخص طراحی شهری و بهسازی محور مسگرها، زمان بر بودن اخذ تسهیلات بانکی جهت توسعه صنایع دستی، واردات مواد خام و اولیه از دیگر استان‌ها و شکورها (مانند اصفهان و ترکیه) با وجود معدن مس در زنجان، نبود مدیریت یکپارچه شهری در مواجهه با صنایع دستی و محور مسگرها، ضعف سیاست‌های بازاریابی و صادرات محصول، ضعف در ارائه و برگزاری دوره‌های آموزشی، نبود سامانه‌های یکپارچه رهگیری محصولات صنایع دستی و تشخیص اصالت کالا، مدیریت نامناسب خدمات بهداشتی، رفاهی، میلمان و گردشگری در محور یادشده، نبود سیاست ساماندهی فعالیت‌ها و سازمان فضایی کارکردهای و اصناف مختلف در محور، نبود برنامه و سیاست کنترل و هدایت بار ترافیکی محور مسگرها، نبود برنامه‌های مشخص در تثبیت و توسعه برند مس زنجان. نبود سیاست نظام کنترل عرضه و تقاضای مواد اولیه و محصول نهایی، ناکافی و ضعف سیاست‌های پایداری قیمت مواد خام، ضعف اجرایی برنامه‌های بسته‌بندی محصول و کاهش فروش فله‌ای در راستای کیفیت بخشی و برندسازی محصول، ضعف نظام پشتیبانی ناکافی عرضه و فروش محصول، نبود سیاست کنترل ورود محصولات خارجی صنایع دستی مس علی‌رغم وجود ابلاغیه ممنوعیت ورود صنایع دستی از جمله مسگری به ایران (۱۳۹۷)، محسوب می‌شود.

شرایط پیامدی

آخرین اصطلاح الگوواره‌ای در روش استروس و کوربین پیامدهاست. هر جا انجام یا عدم انجام عمل، تعامل مبینی در پاسخ به امر یا مسئله‌ای یا به منظور اداره یا حفظ موقعیتی از سوی فرد یا افرادی انتخاب شود، پیامدهایی پدید می‌آید [۲۸]. پیامدهای حاصل از شرایط علی، زمینه‌ای، میانجی و راهبردی که به توسعه یا عدم توسعه اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی مسگری در خیابان مسگرهای زنجان منجر می‌شود را می‌توان سه بعد پیامدهای عملکردی مدیریت شهری و محلی، پیامدهای فعالان صنایع دستی و سیاست‌های مدیریت کلان کشور طبقه‌بندی کرد.

پیامد محلی مثبت توسعه اقتصاد شهری مبتنی بر صنایع دستی مس را می‌توان در تقویت تدریجی محور مسگرها در تجدید و بازساخت صنایع دستی زنجان، گردشگرپذیر شدن محور مسگرها با رونق صنایع دستی، برند شدن صنایع مس زنجان و بازاریابی هویت تاریخی صنایع مسی و فلزی زنجان، شکل‌گیری مجدد هنرهای وابسته به صنایع دستی مانند خاتم‌کاری، میناکاری، قلع‌گری، قلم‌زنی، سفیدگری، حکاکی، رونق و تولید اشتغال محلی ناشی از جریان فروش کالای مسی خیابان مسگرها و ایجاد اشتغال جدید، ورود جوانان و تحصیل‌کردگان به تولید و فروش صنایع دستی مس با توجه به بازخوردهای بازار ایجادشده در محور مسگرهای زنجان، تقویت رفاه و سطح درآمد ساکنان صنایع دستی زنجان، رونق فعالیت‌های ناشی از شکل‌گیری و تقویت صنایع دستی (مانند: خانه‌های بوم‌گردی، کاروان‌سراها، مهمان‌پذیرها، رستوران‌ها، اغذیه‌فروشی‌ها، چاقوسازها، ابزارفروش‌ها و غیره) افزایش بازدید از اماکن تاریخی پیرامون محور و رونق اقتصادی ناشی از گردشگری (مانند بازار تاریخی، امامزاده سید ابراهیم، کاروان‌سرای دخان، مسجد یری، تیمچه‌ها، خیابان انقلاب، پیاده‌راه سبزه‌میدان، مجموعه سبزه‌میدان، مسجد جامع، امارت‌های وابسته به خاندان، ذوالفقاری، موزه مردان نمکی و غیره)، تبدیل شدن زنجان به عنوان صادرکننده ظروف مسی و ارزآوری محلی و ملی. پیامدهای منفی در توسعه اقتصاد شهری مبتنی بر صنایع دستی مس زنجان را می‌توان در وابستگی مواد خام و اولیه فعالان صنعت مس، فرسودگی شدید کالبدی محور مسگرها، شرایط کیفی نامناسب پیاده‌رو و میلمان محور مسگرها،

انتقال و جابه‌جایی پول در نظام بانکی، مشکلات تأمین مواد اولیه، نوسان ناپایدار قیمتی در مواد خام و ابزارهای مورد نیاز، ضعف ظرفیت‌سازی در سازمان‌دهی فضایی فعالیت‌های صنفی خیابان مسگرها، شکل‌گیری خودانگیخته و بدون برنامه‌ریزی فعالیت‌های مختلف صنفی در خیابان و ضعف توجه مدیریت شهری به سازمان فضایی محور، یکپارچه نبودن ساختار و کارکرد مدیریت شهری در مداخله بافت‌های مرکزی شهر از جمله خیابان مسگرها، هماهنگی و ارتباط ضعیف مدیریت شهری درون و میان سازمانی و برون‌سازمانی (تولیدکننده و اصناف)، ضعف تسهیلاتی مدیریت بین فعالان صنایع دستی و مدیریت‌های مختلف با وجود پیگیری اتحادیه، تقلبی شدن برخی کالا و محصولات مسی با نام زنجان از جمله عوامل کندکننده اقتصاد مبتنی بر صنایع دستی در محور مسگرهای زنجان است.

شرایط راهبردی

در نظریه داده‌بنیاد راهبردها به ارائه راه‌حلی برای مواجهه با پدیده مورد مطالعه اشاره دارد که هدف آن، اداره کردن پدیده مورد مطالعه، برخورد با آن و حساسیت نشان دادن در برابر آن است [۲۵]. راهبرد مکانیزم و تدبیری است که در برخورد با پدیده به کار گرفته می‌شود. کنشگران جهت تحقق پدیده به تدابیری می‌اندیشند و بر اساس شرایط و امکانات موجود راهبردی را اخذ می‌کنند. به بیان دیگر، راهبرد کنش‌های هدفمندی است که برای حل یک مسئله با نیل به اهدافی صورت می‌گیرند و با صورت گرفتن آن‌ها پدیده محقق می‌شود. در نظریه استروس و کوربین شرایط زمینه‌ای و شرایط میانجی هر دو بر راهبردها ناظرند و متوجه فعالیت‌ها و برنامه‌هایی هستند که به تحقق و شکل‌گیری پدیده منجر شود [۳۰]. راهبردها تشدید یا تضعیف‌کننده زمینه هستند [۲۶]. در واقع، راهبردها دربرگیرنده اقدامات و راهبردهایی است که فعالان (خصوصی یا دولتی) برای توسعه صنایع دستی به کار می‌گیرند که ممکن است درست (فعال) یا ناقص (عملیاتی نشده و غیرفعال) باشد. راهبردهای فعال به‌دست‌آمده از شرایط علی، زمینه‌ای و میانجی برای توسعه اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی در محورهای شهری (محور مسگرهای زنجان) را می‌توان در تدوین برنامه‌های توسعه صنایع دستی در نظام مدیریت در سطح ملی مانند مواد قانون برنامه ششم توسعه، بند ۲ ماده ۱۱، بند ۱ ماده ۶، بند ۲ ماده ۲۸، فصل ۱۷ برنامه هفتم توسعه اشاره کرد که به موضوع‌های مختلف تقویت صنایع دستی در ابعاد مختلف اقتصادی پرداخته است. قانون حمایت از استادکاران صنایع دستی مصوب ۱۳۹۸، قانون تأمین اجتماعی صنایع دستی مصوب ۱۳۸۸، قانون ایجاد شهرک‌ها و بازارچه‌های صنایع دستی در برنامه هفتم توسعه، ممنوعیت ورود کالاهای صنایع دستی خارجی به ایران (ابلاغیه ۱۳۹۷ وزارت صنعت)، الزام شهرداری برای تهیه طرح‌های توسعه شهری موضعی در بافت‌های مرکزی و محورهای تاریخی شهر در غالب قانون احیا بافت‌های تاریخی و فرهنگی شهرها (مصوب ۱۳۹۸). لحاظ کردن مقررات طراحی در بافت‌ها و محورهای مرکزی شهر، قانون حمایت از احیای بافت‌های فرسوده و ناکارآمد شهری (مصوب ۱۳۸۹)، دستورالعمل‌های محلی ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی و برگزاری نمایشگاه اشاره کرد. در سطح محلی (شهر زنجان) وجود طرح تفصیلی شهر زنجان و ارائه برنامه در محور مسگرها، ارتباط سازمان میراث فرهنگی با فعالان صنایع دستی، معرفی محصولات توسط نهادهای مدیریتی به دیگر بخش، فعال بودن اتاق بازرگانی و سازمان صنایع و تجارت استان برای فروش و صادرات محصول، ارائه برنامه‌های نمایش و معرفی صنعت مسگری زنجان در شبکه استانی صدا و سیما، زنجان، از جمله سیاست‌ها راهبردهای توسعه اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی از جمله مسگری است. در ساختار مضامین با فعالان صنایع دستی خیابان مسگرها و بررسی قوانین و مقررات راهبردهای غیر فعال و مانع که یا مانع و ناقص بوده، یا عملیاتی نشده و یا به آن توجه نشده است شامل مواردی از جمله: ضعف تسهیلاتی و ارتباط مستمر مدیران با صنعتگران و فعالان صنایع دستی، عملیاتی نشدن بسیاری از قوانین بالادستی

نظام اخذ و ارائه تسهیلات و خدمات و احساس بی کفایتی مدیریتی در ذهن فعالان صنایع دستی ناشی از ضعف اجرا و دیوان سالاری اداری در نتیجه محدود نگه داشتن فرایند تولید و عرضه.
با توجه ساختارهای الگوواره‌های ناشی از شرایط علی، زمینه‌ای، میانجی، راهبردی و پیامدی مدل الگوواره‌های توسعه اقتصاد محلی (شهری) حاصل از صنایع دستی (ظروف مسی) در خیابان مسگرهای زنجان به شرح شکل ۳ است.

جریان ترافیکی کنترل نشده، به چالش کشیده شدن برند مس زنجان با توجه به مسئله تشخیص اصالت کالا، سازمان و توزیع فضایی نامناسب فعالان صنایع دستی در طول محور مسگرها، کیفیت نامناسب نمای بناها و آشفتگی بصری آن، کاهش توان رقابت پذیری محصول با توجه به برنامه‌های بازاریابی رقیبان، احساس ناخوشایند گردشگران از کیفیت کالبدی، خدمات رفاهی و تسهیلات عمومی در محور مسگرها و خاطره ذهنی منفی گردشگر، در نتیجه کاهش ماندگاری، تداوم و تکرار حضور. سردرگمی تولیدکننده و فروشنده در



شکل ۳. مدل الگوواره‌های اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی در محورهای تاریخی شهر

■ بحث و نتیجه گیری

پیامدی مدل الگوواره‌ای نشان می‌دهد برند شدن صنایع دستی مس زنجان و پشتیبانی از آن با حضور جوانان، تحصیل کردگان، گردشگران رونق اقتصاد محلی را با پیامد مثبت و در سوی دیگر سازمان فضایی نامناسب، کیفیت کالبدی و خدماتی نامناسب محور، مسئله اصل پذیرد کالا، ذهنیت منفی و دوسویه صنعتگران و مدیریت شهری از جمله عوامل پیامدی منفی تأثیرگذار بر بازساخت اقتصاد مبتنی بر صنایع دستی در محورهای مرکزی شهر بوده است. در راستای بهبود ساختار محور یادشده و تسریع بازساخت یادشده در محور مسگرها پیشنهاد می‌شود: مدیریت شهری در ارتباط با ساختار کالبدی محور و بافت پیرامون برنامه‌های عملیاتی و کاربردی هدفمندتری را اجرا کرده و با تغییر رویه فکری و ذهنی مدیریتی پیامدهای منفی را به پیامدهای مثبت کارکردی تبدیل کند. لزوم تهیه طرح‌های موضعی و موضوعی احیای بافت (متناسب با هویت ساختاری و کارکردی) از جمله ضروریات اولیه است. اصل پذیر کردن کالا، تنوع بخشی به محتوای شکلی محصول، بسته بندی برندی آن، پایدارسازی تأمین مواد اولیه، سازماندهی فضایی محور، افزایش ضریب اجرای قوانین حمایتی و رقابت پذیری کردن محصول با مشابه خارجی و کنترل نظام واردات محصولات مشابه از جمله رویکردهای اولیه رونق اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی مس است. با این توصیف جهت تبیین و تعمیق پذیری گسترده بنیان و مدل پژوهش، پیشنهاد می‌کند که فرایند مطالعه گسترده تر و پژوهش‌های تطبیقی بیشتری در زمینه مورد نظر انجام پذیرد.

برون داده‌های احیای صنایع دستی جدای اینکه به احیای هویت تاریخی و فرهنگی سرزمین منجر می‌شود، در سوی دیگر اقتصاد محلی مبتنی بر آن را باز ساخت می‌کند. بازساخت صنایع دستی در فضاهای شهری دارای هویت ساختی - کارکردی، بازساخت اقتصاد محلی را در پی داشته و فضای شهری را با توجه به کارکرد هویتی - سنتی و تاریخی آن تجدید حیات می‌کند. محورهای شهری در بافت‌های مرکزی شهر (به ویژه شهرهای با پیشینه تاریخی) یکی از عناصر بازساختی هستند که در گذشته تاریخی خود محل تجمع فعالیت‌های مختلف اقتصادی بوده و اقتصاد محلی را شکل می‌دادند. در چنین شهرهایی فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر تولید و فروش صنایع دستی متنوع یکی از عناصر شکل دهنده اقتصاد محلی است که اصولاً مانند نام گذاری‌های اجتماعی محلات، دارای نام گذاری‌هایی فعالیتی (مانند آهن‌فروشان، پالان‌دوزان، بزازان، جوغورفوران، گیوه‌بافان، حلبی‌سازان، مسگران و غیره) نیز بوده‌اند. مسگران یکی از فعالان اقتصادی شهرها بوده‌اند که اصولاً در بافت مرکزی منتهی به خروجی شهر استقرار یافته و با تولید و فروش ظروف مسی به عنوان بخشی از اقتصاد محلی بوده‌اند. مسگران زنجان نیز در گذشته هویتی خود در خیابان مسگرها مستقر بوده و مشغول فعالیت بوده‌اند. گرچه ابعاد منفی مدرنیته و ماشینی شدن تولید در کنار تولید انبوه ساختار هویتی و سنتی این محورها را از هم پاشانده و دیگر نام محور تبیین کننده ساختار و کارکرد آن نبوده است، اما با تجدید و احیا بازساختی صنایع دستی به شیوه معاصر سازی (هر چند خودانگیزه نیز باشد) به تدریج محورها به کارکرد سنتی خود برگشته و بازساخت هویتی پیدا می‌کنند. محور مسگرهای شهر زنجان یکی از محورهای با ساخت و کارکرد سنتی صنایع مس زنجان است که در گذر زمان با فرایند ناشی از مدرنیته دچار اضمحلال کارکردی و به تناسب آن کالبدی شده بود. این محور با تبدیل شدن به انبارهای کالا و فعالیت‌های صنفی غیر مرتبط نه تنها هویت خود را از دست داده بود؛ بلکه به عنوان محور با ساخت کالبدی فرسوده و نامناسب نیز شناخت می‌شد. با این حال، به تدریج با رونق صنایع دستی و برخی برنامه‌های مدیریتی، محور مسگرها به بازتجدید خودانگیزه و برخی حمایت‌های مدیریتی روی آورده و دوباره شکل گیری فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر مس را باز ساخت می‌کند. مطالعه محور مسگرها از فرایند بنیادی بازساخت فعالیت صنایع دستی مس و نقش آن در اقتصاد محلی با مدل‌های داده بنیاد نشان می‌دهد بازساخت صنایع دستی در محور یادشده مبتنی بر بازساخت اقتصاد محلی بوده که با رونق اقتصادی صنایع دستی، تغییر تدریجی بافت، ورود سرمایه‌گذاران و فعالان صنعت مسگری محور، احیا واحدهای صنفی مس و صنایع دستی وابسته و گردشگری پذیر شدن محور همراه بوده است. تحلیل داده بنیاد نشان داد مفاهیم اصلی خدمات و تسهیلات، برندسازی محصول، و کیفیت کالبدی بنیان‌های تعیین کننده در اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی مس در محور مسگرهای زنجان است که در ارتباط با فضای شهری بافت مرکزی شهر عملکرد می‌یابد. عوامل علی، زمینه‌ای و شرایط میانجی و راهبردی در ساختارهای قوت، فعال چالش، مانع و کندکننده در تحرک و پویایی اقتصاد محلی و یا در تناقض با آن اثرگذار بر روند و فرایند احیا و تجدید حیات اقتصاد محلی مبتنی بر صنایع دستی بوده‌اند. حاصل فرایند داده بنیاد در شرایط

■ مشارکت نویسندگان

نویسنده اول ۵۰ درصد و نویسنده دوم ۵۰ درصد.

■ تشکر و قدردانی

مقاله حاضر حامی مادی و معنوی ندارد.

■ تعارض منافع

نویسندگان منافی تجاری در این پژوهش نداشته‌اند و در قبال انجام و ارائه این پژوهش وجهی دریافت نکرده‌اند. همچنین، این اثر پیش از این در جایی منتشر نشده و هم زمان به نشریه دیگری ارائه نشده است.

■ یادداشت‌ها

^۱ الگوواره یا سرمشق همان پارادایم می‌باشد که در بسیاری از متون علمی جغرافیایی (مانند فلسفه جغرافیا) مفهوم پارادایم بیشتر به کار برده می‌شود.
^۲ ماده ۱۴۲ قانون مالیات‌های مستقیم: درآمد کارگاه‌های فرش دستباف و صنایع دستی و شرکت‌های تعاونی و اتحادیه‌های تولیدی مربوطه از پرداخت مالیات نرخ صفر است. در واقع تولید این اقلام فاقد مالیات می‌باشد.

- [1] Abdou, A. The Role of Traditional Crafts Centers in Maintaining Heritage and its Impact on Promoting Tourism (Case Study: Foustat Traditional Crafts Center – Cairo, Egypt). *Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development*, 2020, VOLUME 3, ISSUE 2, 2020, 47 – 68. <http://dx.doi.org/10.21608/ijeeth.2020.234245>
- [2] World Tourism Organization (UNWTO). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*, 2021, Available at: <http://www.unwto.org/pub/rihts.html>. (Accessed 21 July 2021)
- [3] <https://www.irna.ir/news/85264328>
- [4] <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1401/03/22/2727759>
- [5] Amini, A., Mazroei, H. Business model of tourism in Isfahan handicrafts. *Journal of Tourism and Development*, 2020; 9(3): 121-136. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.154575.1557> [In Persian]
- [6] chitsaziyan, A., joybari, V., baharloo, A. Social Status of Handicrafts and Traditional Arts: A Look into Kashan Copper Work in the Past and Present Time. *Indigenous Knowledge*, 2016; 1(2): 155-185. <https://doi.org/10.22054/qijk.2016.1568> [In Persian]
- [7] mousavi, S. N., ghafourian shagerdi, A., sereshoumi, A., Sepahvand, R. Development of tourism industry through branding of handicrafts. *Journal of Tourism and Development*, 2019; 7(4): 226-240. <https://doi.org/10.22034/jtd.2018.117569.1323> [In Persian]
- [8] Bozorgzade kuluri Seyede Masoome, Poormoosavi Seyed Nader, vasigh Behzad. Regeneration an Old Urban Texture with an Emphasis on Creative Economy (Case S tudy: Dezful Bazaar Neighborhood). *HOVIATESHAHR* [Internet]. 2020;14(42):19-30. <https://doi.org/10.30495/hoviatshahr.2020.14216> [In Persian]
- [9] Vala A, Arghan A, Korke Abadi Z. Explaining Social-Economic Strategies of Urban Regeneration in Historical Contexts (Case Study: Semnan's Historical Context). *IUESA* 2020; 8 (30):67-86.URL: <http://iueam.ir/article-1-1414-fa.html>
- [10] Daviran, E. The Effect of Handicrafts in the Tourism Reconstruction of City Historical Axes (Copperwares, Mesgarha Street, Zanjan City. *urban tourism*, 2024; ()): -. <https://doi.org/10.22059/jut.2024.357311.1123> [In Persian]
- [11] Pierantoni, L. The Heritage Value of the Craft Sector in Fast-Growing Cities. In book: *Sustainable Urban Development and Globalization*, 2018, http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-61988-0_22
- [12] Suryavanshi, y. Revival of the Traditional Crafts: Diversification Towards Utilitarianism. *Journal of Qualitative Inquiry*, 2019, 10(1), 205-211. <https://doi.org/10.52783/tojqi.v10i1.9917>
- [13] Jigyasu, N. Contextualizing “traditional crafts” in historic urban areas. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 2021; 4(11), 330-343. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-02-2020-0025>.
- [14] Xue, X ; Caiguo, X & Chenxia, I. Consumption of traditional handicraft fashion: Motivations, intentions and behaviours of Chinese consumers. *Cleaner and Responsible Consumption*, 2022; 4, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2021.100046>
- [15] Roy, S & Mohapatra, S. Exploring the culture–creativity–innovation triad in the handicraft industry using an interpretive approach. *Journal of Business Research*, 2023: V.156
- [16] Taymourtash, S., Hanachi, P., Talebian, M. Cultural Heritage Potentials in Sustainable Local Economic Development. *Journal of Iranian Architecture Studies*, 2022; 10(20): 195-211. <https://doi.org/10.22052/jias.2022.111876> [In Persian]
- [17] Long, B. International Cultural Tourism Charter Managing Tourism at Places of Heritage Significance (1999). *Encyclopedia of Global Archaeology*, 2014: 3975-3979.
- [18] ICOMOS, G. A. The Paris Declaration. *On Heritage as a Driver of Development*. 2011.
- [19] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*, 2010: John Wiley & Sons.
- [20] SHAFIEI, Z., FAROKHIAN, F & MIRGHADR, L. ISFAHAN'S POTENTIALS AS A CREATIVE CITY OF CRAFTS WITH TOURISM DEVELOPMENT APPROACH. *GEOGRAPHY* [Internet]. 2015;12(43):251-278. [In Persian]
- [21] Sasaki, M. Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study. *Cities*, 2010: 27(1), 53-59. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2010.03.002>
- [22] Vogel, D. Lisboa Sohn, A.P and Mello Rossini, D. Florianopolis, ' creative city of gastronomy. 2022: UNESCO, J. Culin. Sci. Technol.
- [23] UNESCO. *Creative Cities List: crafts art*. 2024: https://www.unesco.org/en/creative-cities/grid?hub=80094&f%5B0%5D=dataset_filters%3A7e421ac3-84c0-4c0d-9766-5d02685c72c1#toggle-facets
- [24] Daviran, E. The Functional Effect of Public Spaces in the Stability of the Sense of Place Belonging the Case Study: Public Spaces in the Central Texture of Zanjan City. *Sustainable city*, 2024; 7(1): 97-115. <https://doi.org/10.22034/jsc.2024.432435.1756> [In Persian]
- [25] Parhad, K., De-gang, Y., Xiao-lei, Z. Study of rural tourism in Turpan, China. *Chinese Geographical sciences*, 2005: 15, 377-382. <http://dx.doi.org/10.1007/s11769-005-0028-4>
- [26] Kokubun, K., Ino, Y., & Ishimura, K. Social capital and resilience make an employee cooperate for coronavirus measures and lower his/her turnover intention. 2020: ArXiv preprint arXiv, 2007.07963.
- [27] Daviran, E & Kariminejad, M. URBAN IDENTITY AND SENSE OF PLACE IN NEW PUBLIC SPACES (CASE STUDY: NAHJOLBALAGHEH PARK IN TEHRAN). *HOVIATESHAHR* [Internet]. 2014;8(18)81-92. [In Persian]
- [28] Strauss, A., & Corbin, J. *Principles of qualitative research method: basic theory, procedures and methods*. Translated by Beyuk Mohammadi, first edition, 2013, Tehran: Publications of Research Institute of Human Sciences and Cultural Studies [In Persian]
- [29] Mohseni Tabrizi, A. *Qualitative research method in interpretation schools*. 2015, Tehran: Information Publication. [In Persian]
- [30] Taheri bonchenari, R., Aghajani Mersa, H., Kaldi, A. An exploration of Divorce and its Origins and Consequences in Tehran, 2016. *Journal of Social Problems of Iran*, 2018; 9(2): 139-164. <https://doi.org/10.22059/jjsp.2018.68623> [In Persian]
- [31] Habibi, K & Meshkini, A. *From Zangan to Zanjan*. First edition. 2008, Zanjan: Zanjan University. [In Persian]
- [32] Union of Zanjan miners. *Production and sales data of copper handicrafts*. 1403
- [33] RABANI, R., Jalali, S. M., Mehrmanesh, H. Strategic Planning of Urban Branding in Tourism Industry. *Urban Management Studies*, 2019; 11(38): 47-58. [In Persian]
- [34] Goulding, Ch. *Grounded Theory A Practical Guide for Management, Business and Market Researchers*, 2002: SAGE Publications.
- [35] soleimani, E., Amin biedokhti, A. A., najafi, M., KARAMI, M. Designing the Pattern of Learning Transfer to Work Environment in Human Resource Development Programs. *Journal of Research in Educational Systems*, 2019; 13(44): 37-51. <https://doi.org/10.22034/jiera.2019.164438.1756> [In Persian]
- [36] Farhangi, A. A., abadi, M. R., aghayan, S. Knowledge sharing in social networks Developing a paradigmatic model based on grounded theory. *Cultural Studies & Communication*, 2020; 16(59): 155-185. <https://doi.org/10.22034/jscs.2019.36692> [In Persian]

