

مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مرکزی گفت: محوطه باستانی قلعه نو که دارای آثاری از دوره‌های مختلف تاریخی است، مدت‌هاست با بولدورز خاکبرداری می‌شود.

محمود مرادی نراقی در حاشیه بازدید از تپه تاریخی قلعه نو اظهار کرد: پرونده و گزارشات مربوط به تعرض به این تپه تاریخی تهیه و جهت برخورد با متعرضین به این اثر تاریخی به دستگاه‌های قضایی اعلام شده است.

وی اظهار کرد: نگران تخریب شدن این محوطه چند هزار ساله باستانی هستیم، این تپه و داده‌ها آن در استان مرکزی بسیار خاص است. داده‌های این تپه متعلق به فرهنگ و تمدنی از حدود چهار هزار سال پیش از میلاد تا حدود دوهزار سال پیش از میلاد است. او با اشاره به اینکه متأسفانه مجدداً این تپه تاریخی مورد تعرض واقع شده، افزود: در حال رسیدگی و اقدامات قانونی در چارچوب تعقیب متخلفان هستیم. به گزارش ایسنا، به نقل از میراث فرهنگی استان مرکزی، مرادی با بیان اینکه با هر تعرض سهوی یا عمدی به آثار تاریخی برخورد قانونی و قاطع می‌شود، بیان کرد: در صورت تخلف و آسیب‌رساندن به تپه‌های تاریخی، برخورد قانونی با متعرضان صورت می‌گیرد.

تعرض بولدورزها به محوطه باستانی چندهزار ساله



چالش ۶ مانع بر سر راه توسعه گردشگری ایران

نیسگون

آتش سوزی، زنگ خطر جدی برای باغستان سنتی قزوین

شهرت و آوازه باغستان سنتی قزوین را همه شنیده‌ایم و حتی می‌دانیم این میراث نفیس به‌عنوان یک پدیده طبیعی ویژه در قزوین در سایه بی‌توجهی مدیریت شهری در نقرن گذشته قرار گرفته و تن خسته اما مقاوم آن از بی‌مهری زخمی است.

به گزارش ایسنا، باغستان سنتی قزوین با عمری بیش از ۱۰۰۰ سال در گذشته نقش مهمی در اقتصاد دیار می‌نمود و ایفای می‌کرد. متأسفانه این میراث گرانبهای قزوین به‌علت توسعه نامتوازن شهر و برداشت بی‌رویه آب از رودخانه‌های سیراب‌کننده باغ‌های سنتی توسط روستاهای بالادست و دست‌اندازی شهرداری قزوین در طول زمان با معضلات جدی روبه‌رو شده است.

آن طور که سیدمحمد بهشتی، عضو شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری کشور می‌گوید: «مهم‌ترین مفصلی که اجازه داده است ما در قزوین شهر بسازیم وجود باغستان است. قزوین از نظر حیات شهری مدیون باغستان است. خلاصه بخواهم بگویم، سالی چند هکتار از باغستان جان می‌دهد تا بلوار، میدان و پلی جایگزینش شوند، مابقی هم که به‌خاطر آتش‌سوزی از بین می‌رود.»

یک فعال حوزه باغستان در گفت‌وگو با ایسنا اظهار می‌کند: کل مجموعه باغستان قزوین، بالغ بر ۵ هزار هکتار بوده که امروز نزدیک به ۳ هزار هکتار آن باقی مانده است. قزوین بدون باغستان کمترین سرنانه فضای سبز را در سطح کشور دارد و با وجود باغستان می‌توان گفت سرنانه فضای سبز ما نزدیک به استاندارد کشوری است.



چه موانعی بر سر راه توریسم ایران قرار دارد و راهکار آن چیست؟ دکتر محمدحسین رهنما، استاد دانشگاه فردوسی مشهد و مدیرکل سابق میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی، ۶ چالش را شناسایی کرده و برای رفع هر کدام نیز راه‌حلی ارائه کرده است.

وی به «دنیای اقتصاد» می‌گوید: در حالی که ایران دارای پتانسیل قابل توجهی در صنعت گردشگری است، از نظر ورود گردشگران بین‌المللی و دریافتی‌های گردشگری (سه‌م این صنعت در اقتصاد)، در بین رهبران جهانی قرار ندارد. این کشور پتانسیل قابل توجهی برای رشد بیشتر بخش گردشگری خود به‌ویژه در زمینه‌هایی مانند گردشگری فرهنگی، تاریخی و طبیعت‌محور دارد. موانع و راهکارهای بالقوه برای توسعه گردشگری در ایران از دیگر مواردی است که این استاد دانشگاه فردوسی مشهد به آن پرداخته و اولسین آنها را تنش‌ها و تحریم‌های ژئوپلیتیکی می‌داند. رهنما می‌گوید: تنش‌های سیاسی، ژئوپلیتیکی و تحریم‌های بین‌المللی ایران از سوی غرب و تحریم‌های اقتصادی ناشی از آن، آنگام کامل ایران در بازار جهانی گردشگری را دشوار و همچنان چالش‌هایی را برای صنعت گردشگری ایران ایجاد کرده است. محدودیت‌های بانکی، مسافرتی و سایر بخش‌ها مانع از ورود گردشگران خارجی شده است. او می‌افزاید: تلاش‌های دیپلماتیک برای کاهش تنش‌ها و رفع تحریم‌ها می‌تواند به بهبود وجه بین‌المللی ایران و دسترسی گردشگران کمک کند. چالش‌های زیرساختی دومین مشکلی است که این استاد دانشگاه به آن توجه کرده و می‌افزاید: ایران افت‌های باکیفیت



فرودگاه‌های مدرن و شبکه‌های حمل‌ونقل کارآمد در بسیاری از نقاط کشور است. برای حل آن نیز باید افزایش سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های گردشگری، هم توسط دولت و هم توسط بخش خصوصی اتفاق بیفتد.

محدودیت‌های بازاریابی، تبلیغات و برند سومین چالشی است که رهنما برشمرده و در

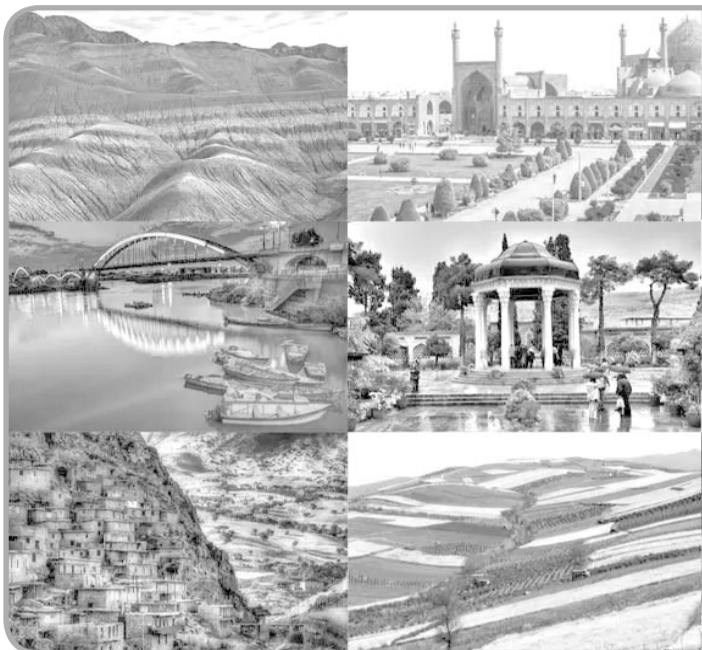
این باره می‌گوید: ایران هنوز به‌اندازه سایر مقاصد خاورمیانه مانند امارات یا ترکیه شناخته‌شده نیست و جذابیت آن را برای مسافران جهانی محدود می‌کند. صنعت گردشگری ایران برای بازاریابی و معرفی موثر جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی کشور به مخاطبان بین‌المللی تلاش موثری نکرده است. او درباره راه‌حل این چالش بیان می‌کند: تدوین

استراتژی جامع ملی بازاریابی گردشگری و افزایش تلاش‌های تبلیغاتی در خارج از کشور می‌تواند این چالش را برطرف کند. چهارمین چالش از نظر این مدرس دانشگاه، محدودیت ویزا و بروکراسی اداری است. او توضیح می‌دهد: سیاست‌های ویزای ایران می‌تواند برای برخی از بازدیدکنندگان خارجی محدودکننده

دست‌وپاگیر باشد. فرآیند ویزای ایران هنوز برای بسیاری از بازدیدکنندگان خارجی پیچیده و زمان‌بر تلقی می‌شود. برای حل این چالش باید ساده‌کردن روند درخواست ویزا و گسترش گزینه‌های ویزا هنگام ورود تسریع شده با ویزای الکترونیکی محقق شود.

فقدان مهارت‌های نیروی کار گردشگری پنجمین چالشی است که مدیرکل سابق میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی به آن توجه کرده و می‌گوید: کمبود متخصصان آموزش‌دیده گردشگری مانند راهنمایان تور، کارکنان هتل و مدیران هتلداری وجود دارد. به‌علاوه تسلط محدود به زبان انگلیسی در میان ارائه‌دهندگان خدمات در بخش گردشگری می‌تواند مانعی برای گردشگران غیرفارسی‌زبان باشد. او می‌افزاید: راه‌حل این چالش سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزش گردشگری و آموزش حرفه‌ای برای توسعه نیروی کار ماهر است.

او آخرین چالشش را چالش‌های مرتبط با پایداری می‌داند و می‌گوید: گردشگری بیش از حد در برخی مقاصد برطرف‌دار منجر به محیط‌زیست نگرانی‌هایی است که باید برطرف شود. راه‌حل این مسئله نیز اجرای شیوه‌های گردشگری پایدار، مانند مدیریت بازدیدکنندگان، ابتکارات اکوتوریسم و توسعه گردشگری مبتنی بر جامعه است. وی اضافه می‌کند: با پرداختن به این موانع از طریق ترکیبی از اصلاحات سیاست، سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی، تلاش‌های بازاریابی و توسعه نیروی کار، ایران می‌تواند پتانسیل کامل صنعت گردشگری خود را بسازد و خود را به‌عنوان مقصدی جذاب‌تر و در دسترس‌تر برای بازدیدکنندگان بین‌المللی قرار دهد.



استراتژی جامع ملی بازاریابی گردشگری و افزایش تلاش‌های تبلیغاتی در خارج از کشور می‌تواند این چالش را برطرف کند. چهارمین چالش از نظر این مدرس دانشگاه، محدودیت ویزا و بروکراسی اداری است. او توضیح می‌دهد: سیاست‌های ویزای ایران می‌تواند برای برخی از بازدیدکنندگان خارجی محدودکننده

آمار تأمل برانگیز از شکاف سلیقه‌های دو نسل «زد» و سالمندان در گردشگری

بیتوته

اما از این نسل تا ۶۰ تا ۷۵ ساله‌ها به‌شدت منفی می‌شود. انتخاب وسیله نقلیه سفر مانند انتخاب مقصد سفر یک خط ساده نیست و ما با دو شیب مواجه هستیم.

عضو هیات علمی پژوهشکده گردشگری جهادانشگاهی بیان کرد: در مورد مسافران ما با یک نمودار دو قسمتی مواجه هستیم؛ ۱۵ تا ۲۹ ساله‌ها تا ۴۵ تا ۵۹ ساله‌ها هرچه جلوتر می‌رویم انتخاب خانواده به‌عنوان همسفر بیشتر می‌شود. نسل «زد» کمتر از دیگر نسل‌ها ترجیح داده‌اند تا با خانواده سفر کنند، اما باز هم ۶۷ درصد از این نسل ترجیح می‌دهند با خانواده سفر کنند. یعنی اگر چه ما با یک شیب جدی نسلی مواجه هستیم و ۸۴ درصد ۳۰ تا ۴۴ ساله‌ها دوست دارند با خانواده سفر کنند و این عدد برای ۴۵ تا ۵۹ ساله‌ها ۹۰ درصد است؛ تفاوت معنی‌دار است اما انتخاب غالب نسل «زد» سفر همراه با خانواده است.

بخشی اضافه کرد: ما تقریباً تفاوت معنی‌داری در انتخاب اقامتگاه بین نسل‌های مختلف ندانستیم و تفاوت‌ها عمدتاً بین ۱ تا ۵۵ درصد است که نمی‌تواند تفاوت معنی‌داری قلمداد شود. ما در دو نسله تفاوت معنی‌دار داریم، دو نسل ما که از قضا دو نسل کلیدی برای مطالعات گردشگری امروزه هستند تفاوت معنی‌داری دارند، یکی نسل «زد» و دوم گردشگری سالمندان، اگر می‌خواهیم دنبال رهیافتی برای طرح‌های پژوهشی در حوزه گردشگری باشیم باید این دو نسل را مورد توجه قرار دهیم.

وی ادامه داد: نسل گردشگری سالمندان به دلیل دارا بودن فراغت، ثروت و توانایی باید مورد توجه قرار بگیرند. دیگر نمی‌توانیم با تحلیل نسل میانسال جوان و میانسال مسن خود ترجیحات نسل «زد» و سالمند را برآورد کنیم بلکه نیاز به طرح پژوهشی و مطالعه میدانی داریم. در جاذبه‌های طبیعی انتظار می‌رود که با افزایش سن رابطه معکوس شود یعنی هر چه سن بیشتر شود کمتر جاذبه طبیعی انتخاب می‌شود. در جاذبه‌های تاریخی نسل میانسال جوان ما بیشتر آن را می‌پسندد.



بالتر می‌رویم، انتخاب مشهد به‌عنوان مقصد سفر بیشتر می‌شود. حدود ۶۰ درصد از ۶۰ تا ۷۵ ساله‌ها و حدود ۳۳ درصد از ۱۵ تا ۲۹ ساله‌ها مشهد را انتخاب کرده‌اند. در ۱۵ بین ۲۹ ساله‌ها مقصد مشهد با ۳۳ درصد محبوب‌ترین مقصد در این رده سنی است. بخشی ادامه داد: نسبت مناسبات نسلی با انتخاب مقصد خصوصاً مقاصد مذهبی همبستگی معنی‌دار و جدی دارد. انتخاب وسیله نقلیه اتوبوس یک شیب آرام اما مثبت از ۳۰ تا ۴۴ ساله‌ها به‌سخت نسل‌های مسن‌تر دارد. در مورد قطار نیز نسل «زد» این وسیله نقلیه را کمی بیشتر از ۳۰ تا ۴۴ ساله‌ها انتخاب کرده و پس از آن به‌سخت نسل‌های مسن‌تر این شیب صعودی می‌شود. وی اضافه کرد: خودروی شخصی با یک شیب مثبت به‌عنوان وسیله نقلیه مدنظر از نسل «زد» تا ۴۵ تا ۵۹ ساله‌ها انتخاب شده

عضو هیات علمی پژوهشکده گردشگری جهادانشگاهی خراسان رضوی گفت: دو نسل ما که از قضا دو نسل کلیدی برای مطالعات گردشگری امروزه هستند تفاوت معنی‌داری دارند، یکی نسل «زد» و دوم گردشگری سالمندان، اگر می‌خواهیم دنبال رهیافتی برای طرح‌های پژوهشی در حوزه گردشگری باشیم باید این دو نسل را مورد توجه قرار دهیم. حامد بخشی در چهارمین نشست شبه‌های گفت‌وگو با عنوان «بررسی مناسبات نسلی در ترجیحات گردشگری جامعه ایران» که در محل پژوهشکده گردشگری جهادانشگاهی مشهد برگزار شد، اظهار کرد: ما در پیمایش ملی گردشگری که در ۲ موج طی سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۴۰۰ گردآوری شد، دو دسته اطلاعات از جمله رفتار سفر مخاطبان و ترجیحات آن‌ها را بررسی کردیم و در موج دوم پیمایش ملی گردشگری بر ترجیحات مخاطبین تمرکز بیشتری گذاشته شد.

وی با بیان اینکه از مخاطبین پرسیده شده که در صورت برنده شدن یک سفر رایگان، از بین مشهد، کیش و شمال کدام یک را انتخاب می‌کنند، عنوان کرد: در این پیمایش مشهد به‌عنوان یک مقصد زیارتی، کیش به‌عنوان یک مقصد تفریحی و شمال کشور به‌عنوان یک مقصد طبیعت گردی در نظر گرفته شده است. در این بخش هر چه به سمت رده‌های

سنی بالاتر می‌رویم، شیب ترجیح برای سفر به شمال کشور کمتر می‌شود؛ ۱۸٫۹ درصد از ۱۵ تا ۲۹ ساله‌ها یعنی نسل «زد»، شمال را به‌عنوان مقصد سفر خود انتخاب کرده‌اند در حالی که این عدد برای ۶۰ تا ۷۵ ساله‌ها ۱۰ درصد است. وی افزود: شیب ذکر شده برای سفر به مقصد کیش شدیدتر می‌شود. ۲۰ درصد ۱۵ تا ۲۹ ساله‌ها این مقصد را انتخاب کرده در حالی که ۴٫۵ درصد ۶۰ تا ۷۵ ساله‌ها کیش را به‌عنوان مقصد سفر خود انتخاب کرده‌اند. از بین ۳۰ تا ۴۴ ساله‌ها ۱۴٫۴ درصد و ۴۵ تا ۵۹ ساله‌ها نیز ۸٫۹ کیش را به‌عنوان مقصد مسافرت خود انتخاب کرده‌اند.

عضو هیات علمی پژوهشکده گردشگری جهادانشگاهی بیان کرد: مقصد مشهد یک شیب به مراتب جدی و بزرگ‌تر اما معکوس داشته و هر چه به‌سخت رده‌های سنی

رکود هتل سازی در استانی گردشگرپذیر

چرتکه

میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی اصفهان، این استان در عرصه صنعت هتل در سال‌های اخیر بسیار بد عمل کرده است

و برخی واحدها که به اسم هتل ایجاد شده است در شأن و جایگاه استان اصفهان نیست. امیر سمرزاده می‌افزاید: شأن و جایگاه گردشگری اصفهان داشتن دستکم ۲۰ هتل پنج ستاره و چهارستاره است. اصفهان طی این سال‌ها نتوانسته همچون دیگر کلاتشهرها روی یک محور از گردشگری و جذب یک طیف خاص از گردشگران اقدام عاجلی صورت دهد هر چند پیشنهاداتی برای جذب گردشگر ورزشی به اصفهان صورت گرفت و به ظرفیت مغفول مانده در حوزه گردشگری ورزشی در دهکده المپیک اصفهان اشاره شد یا ساخت بزرگ‌ترین چرخ‌فلک کشور در اصفهان، اما عملاً اقدامی در این زمینه مشاهده نشد. گفتنی است اصفهان هر ساله یک قدم از حوزه گردشگر نسبت به سایر شهرها عقب می‌رود، هر چند می‌تواند به جهت داشتن معادن بسیار و صنایع مختلف در این استان به جذب گردشگر صنعتی و صنعتگران از سراسر جهان اقدام کند، همان گونه که هر ساله شاهد برگزاری رویدادهای صنعتی در تراز کشور و جهانی در استان اصفهان هستیم و غفلت متولیان حوزه گردشگری از این مسئله باعث شده که بیشتر به اصفهان نگاه مواصلاتی داشته باشند در حالی که می‌توان با برگزاری رویداد، گردشگران صنعتی را در اصفهان پایدار کرد.

اقامت و رفاه حال این دست گردشگران بسیار بالا است. پس از آن گردشگران مذهبی قرار دارند که از آرزوئی آن برای کشور بیش از ۳۰ درصد رشد داشته است. غلامی از دیگر فعالان حوزه صنعت هتل سازی بیان داشت: اصفهان که به جهت جذب گردشگر سال‌ها حمایت‌های دولت از هتلداران و سرمایه‌داران و به‌صورت تخصیص وام‌های کم‌بهره تأمین مساحت زیادی طلب می‌کنند و معمولاً باید در مناطق استراتژیک شهر باشند، لذا هزینه خرید زمین بسیار بالا خواهد بود و سرمایه‌گذاران آن باید توانایی مالی بالایی داشته باشند. وی ادامه داد: معمولاً نیمی از این مبلغ سرمایه اولیه است و باقی آن نیز با حمایت‌های دولت از هتلداران و سرمایه‌داران و به‌صورت تخصیص وام‌های کم‌بهره تأمین



می‌شود و می‌تواند صنعت هتل سازی را به‌عنوان چهارمین صنعت در آمدزا در ایران پایدار کند. وی تعداد گردشگران ورودی در ایران در سال ۲۰۲۳ میلادی (دی ۱۴۰۱ تا دی ۱۴۰۲) ۳۹٫۹ میلیون نفر دانست و افزود: یکی از آرزوئترین گردشگران، گردشگران سلامت هستند که به ۳ تا ۵ هزار دلار به‌ازای هر گردشگر می‌رسد و با توجه به اینکه این گردشگران مدت اقامت طولانی‌تری نیز دارند، سود حاصل از ساخت هتل به‌معمول

عاطفه قلع‌ریز / ۹۶ بود که معاون سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی اصفهان اعلام کرد هتل سازی در اصفهان صرفه اقتصادی ندارد و دلیل آن را گرانی زمین عنوان کرد. هتل‌ها در اصفهان قدمت بالایی دارند و نیاز به ساخت هتل‌های جدید در استان از دهه‌های گذشته مطرح شده است و این در حالی است که سال گذشته تنها یک هتل به مجموعه باغستانهای شهر اصفهان اضافه شد. کریمی یکی از فعالان صنعت هتل سازی با بیان اینکه تنها سه هتل ۵ ستاره و چهار هتل ۴ ستاره در اصفهان وجود دارد، گفت: هتل سازی مثل هر صنعت دیگری نیازمند سرمایه‌گذاری‌های کلان است و از توان هر فردی برمی‌آید هر چند این تضمین باید برای هتل سازان باشد که در شهری اقدام به هتل سازی کنند که گردشگران بسیاری را جذب کند، مسئله‌ای که در اصفهان به‌مرو با خشکی زاینده‌رود کاهش یافت. وی با بیان اینکه افزایش هتل‌های ۴ و ۵ ستاره در اصفهان جزو

سیاست‌های یک‌دهه گذشته میراث فرهنگی استان بوده است، افزود: هتلداران تنها عامل تشویقی را حمایت استانداری، شهرداری و میراث فرهنگی در مکان‌یابی و ساخت هتل‌های مجلل و ۵ ستاره که مطابق با استانداردهای بین‌المللی و دارای ۱۰۰ اتاق باشد، می‌دانند. وی ادامه داد: هزینه ساخت هر مترمربع هتل مانند هزینه ساخت مسکن بستگی زیادی به قیمت زمینی دارد که هتل در آن ساخته می‌شود. از آنجایی که هتل‌ها

صنایع دستی این هنر «دارایی» است



قرار می‌گرفته نشان از تمول مالی و دارا بودن خانواده بوده و دارایی عروس محسوب می‌شده است؛ به همین علت آن را «دارایی» می‌خوانند. این دست‌باافته آرزشمن دارای نقوش و رنگ‌هایی است که ریشه در سنت و فرهنگ و اقلیم مردم کویر دارد. رنگ‌های گرم و پرشوری که یسارآور گرمای کویر است.

این شرایط عامل به‌وجود آمدن نظام تولیدی ویژه‌ای شد که اصل اساسی آن تولید بیشتر با آب کمتر بوده است و باعث رونق مشاغل کم‌آبخواه با ارزش افزوده بالا مانند صنعت نساجی در این خطه شده است. نساجی یکی از صنایع کهن این دیار است که به شعر بافی یا شعر بافی معروف می‌باشد. شعر در زبان عربی به‌معنی مو است یعنی بافتن به نازکی مو را نیز می‌توان با این دستگاه‌ها بافت. شعر بافی هم حکایت از آهنکین بودن بافت دارد آن‌گاه که پود در دل تاری می‌تند و دفتین این دو را در قالب پارچه‌ای زیبا یکی می‌سازد.

عقد هنر ایرانی همواره زیان‌زود بوده و دستاوردهای هنرمندان اقوام مختلف معرف فرهنگ غنی این سرزمین و نماد باورها و سنت‌های بومی و هویت مردمان هر منطقه است ولی مزکیک هم آثار آن وجود دارد. در ایران این شیوه بافت از گذشته‌های دور در مناطق مختلفی انجام می‌شده است اما در حال حاضر تنها در یزد انجام می‌شود آن هم در کارگاه‌هایی که تعدادشان به تعداد انگشتان یک دست نمی‌رسد. شکره هنر ایرانی همواره زیان‌زود بوده و دستاوردهای هنرمندان اقوام مختلف معرف فرهنگ غنی این سرزمین و نماد باورها و سنت‌های بومی و هویت مردمان هر منطقه است ولی مزکیک هم آثار آن وجود دارد. در ایران این شیوه بافت از گذشته‌های دور در مناطق مختلفی انجام می‌شده است اما در حال حاضر تنها در یزد انجام می‌شود آن هم در کارگاه‌هایی که تعدادشان به تعداد انگشتان یک دست نمی‌رسد.

عقد هنر ایرانی همواره زیان‌زود بوده و دستاوردهای هنرمندان اقوام مختلف معرف فرهنگ غنی این سرزمین و نماد باورها و سنت‌های بومی و هویت مردمان هر منطقه است ولی مزکیک هم آثار آن وجود دارد. در ایران این شیوه بافت از گذشته‌های دور در مناطق مختلفی انجام می‌شده است اما در حال حاضر تنها در یزد انجام می‌شود آن هم در کارگاه‌هایی که تعدادشان به تعداد انگشتان یک دست نمی‌رسد.

حمیدرضا قلاچی-هنرمند و پیشکسوت دارایی بافی یزد/ موقعیت جغرافیایی یزد و قرارگیری آن در دل کویر مرکزی ایران شرایط اقلیمی و محیطی خاصی را برای آن ایجاد کرده و باعث شده تا از نعمت آب کم‌بهره باشد.

این شرایط عامل به‌وجود آمدن نظام تولیدی ویژه‌ای شد که اصل اساسی آن تولید بیشتر با آب کمتر بوده است و باعث رونق مشاغل کم‌آبخواه با ارزش افزوده بالا مانند صنعت نساجی در این خطه شده است. نساجی یکی از صنایع کهن این دیار است که به شعر بافی یا شعر بافی معروف می‌باشد. شعر در زبان عربی به‌معنی مو است یعنی بافتن به نازکی مو را نیز می‌توان با این دستگاه‌ها بافت. شعر بافی هم حکایت از آهنکین بودن بافت دارد آن‌گاه که پود در دل تاری می‌تند و دفتین این دو را در قالب پارچه‌ای زیبا یکی می‌سازد.

عقد هنر ایرانی همواره زیان‌زود بوده و دستاوردهای هنرمندان اقوام مختلف معرف فرهنگ غنی این سرزمین و نماد باورها و سنت‌های بومی و هویت مردمان هر منطقه است ولی مزکیک هم آثار آن وجود دارد. در ایران این شیوه بافت از گذشته‌های دور در مناطق مختلفی انجام می‌شده است اما در حال حاضر تنها در یزد انجام می‌شود آن هم در کارگاه‌هایی که تعدادشان به تعداد انگشتان یک دست نمی‌رسد.

یکی از پارچه‌های ابریشمین که بافت آن مختص یزد و صنایع دستی مان از جمله هنر دارایی بافی به تاریخ و میان و کتاب‌ها خواهند پیوست. یکی از راه‌های نجات صنایع دستی در کنار حمایت‌های مردمی و دولتی، گسترش هر چه بهتر و بیشتر گردشگری است. صنایع دستی یکی از راه‌های تبادل فرهنگ و هنر ملت‌هاست. امید داریم با حمایت همیه‌تنامان و مسئولان صنایع دستی، هر چه بهتر و بیشتر موجبات دلگرمی هنرمندان و رونق هنرشان فراهم آید.