

اثر قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان

حجت وحدتی^۱، دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه لرستان، خرم آباد.
مهرداد ناصرپور، کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی دانشگاه لرستان، خرم آباد.
پیمان صیاد منصور، کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی دانشگاه لرستان، خرم آباد..

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۷/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۲/۱۱

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان می‌باشد. این پژوهش را می‌توان یک نوع پژوهش کاربردی - توسعه‌ای دانست و روش آن، مطالعه توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری مورد پژوهش شامل کلیه کارشناسان، متخصصان و پژوهشگران حوزه صنایع دستی در استان لرستان به تعداد ۶۲۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۲۳۷ نفر به شیوه تصادفی در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسش‌نامه با ۳۱ سؤال می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار اسپس اس^۲ و ایموس^۳ و آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج بیانگر آن است که قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان تأثیرگذار بوده است.

کلید واژه‌ها: قابلیت‌های نوین، صنایع دستی، جهش تولید، توسعه بازارها، استان لرستان.

مقدمه

اشتغال نیازمند توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری است که توسط بخش مالی تأمین می‌شود. با توجه به اهمیت اشتغال‌زایی در اقتصادهای در حال توسعه، شناخت حوزه‌هایی که بتواند با منابع کوچک، اشتغال‌زایی پایدار ایجاد کند، اهمیت می‌یابد. کاربر و سرمایه‌اندوز بودن، از بارزترین ویژگی‌های اشتغال در حوزه فرهنگ و به‌ویژه صنایع دستی می‌باشد. به همین دلیل حوزه فرهنگ و هنر دارای پتانسیل‌های بالایی جهت اشتغال‌زایی است و رشد آن طی دهه‌های اخیر موجب شده تا این حوزه در رأس توجه سیاست‌گذاران قرار گیرد (کندری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰۳) و صنایع دستی از جمله این موارد می‌باشد و جزو هنرهای همسو و هم‌جهت با طبیعت هستند (عمیدپور و شفیع زاده، ۱۳۹۷: ۱۱).

صنایع دستی نقش مؤثری در اقتصاد محلی و ملی دارند که عمده‌ترین نقش آن در زمینه فروش محصولات صنایع دستی به دوست‌داران و گردشگران می‌باشد. به عبارتی از دلایل اصلی توجه به صنایع دستی می‌توان به نقش آن در معیشت پایدار خانوار، اشتغال نیروی انسانی، دسترسی به مواد اولیه ساده و ارزان، پر کردن اوقات فراغت و بیکاری افراد، جلوگیری از مهاجرت‌های گسترده فصلی و بالاخص کاهش فقر اشاره نمود. در مجموع چنین استنباط می‌شود که صنایع دستی در معیشت خانوارها نقشی اساسی دارد و با ایجاد اشتغال در خانوار نیز تأثیر به‌سزایی دارد (تاسا، ۱۳۹۲: ۴) که این امر از قبیل توسعه گردشگری می‌تواند رخ دهد. گردشگری میراث فرهنگی، یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری فرهنگی است و صنایع دستی، نمونه بارزی از جاذبه‌های میراث فرهنگی محسوب می‌شوند (رمضان زاده لسبویی و حسن ذال، ۱۳۹۴: ۸۷). با توجه به استعدادهای فرهنگی بالقوه‌ای که انسان در صنایع دستی به ارث گذاشته است، رونق‌بخشیدن به تولید و فروش صنایع دستی اقوام در مقصدهای گردشگری دو هدف عمده را محقق می‌کند: نخست: معرفی فرهنگ سرزمین مقصد به جامعه مهمان (لوی و هاوکینز^۱، ۲۰۱۰: ۵۷۸) و دوم: درآمدزایی و توسعه اقتصادی جامعه محلی (راگرسون^۲، ۲۰۰۷: ۶۱).

^۱. Levy and Hawkins

^۲. Rogerson

یکی از مهم‌ترین معضلاتی که اقتصاد ایران با آن عجین شده، تک‌محصولی بودن آن است. اقتصاد ایران همواره به صادرات نفت متکی و صادرکننده مواد خام به حساب می‌آید. اما آنچه در صادرات بین‌المللی دارای اهمیت بوده، این امر است که اقتصاد کشورهای در حال توسعه باید به مرور زمان صادرات مواد اولیه را کاسته و به صادرات محصولات تولیدی روی آورند. امروزه صنعت گردشگری و صنایع دستی یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در سراسر جهان به شمار می‌رود. این موضوع نه تنها در مورد کشورهای صنعتی صدق می‌کند، بلکه برای کشورهای در حال توسعه نیز نقشی سرنوشت‌ساز دارد و یکی از منابع بالقوه برای تنوع بخشیدن به پایه‌های اقتصاد ملی است. صنایع دستی و گردشگری متکی به منابع و نیروهای داخلی است و حداقل نیاز بسیار اندکی به واردات مواد اولیه یا تکنولوژی‌های پیچیده دارد. از طرف دیگر در صورتی که این محصولات به سایر کشورها صادر شوند، ارز خارجی، اشتغال‌زایی و دستیابی به رشد اقتصادی و در نهایت توسعه پایدار و افزایش درآمد سرانه ملی به دست می‌آید. یکی از بهترین راه‌های رسیدن به توسعه اقتصادی در ایران، بهره‌گیری از ظرفیت‌های صنایع دستی و گردشگری است. امروز گردشگری در این زمینه معنا و مفهوم تازه یافته است (اسماراندا^۱ و همکاران، ۲۰۱۹: ۵۰۷).

از طرف دیگر توسعه اقتصادی یکی از راه‌های دستیابی به سایر ابعاد توسعه‌ای نظیر اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... محسوب می‌شود (رمضانی و رمضانی، ۱۳۹۷). میزان ارزش افزوده در برخی صنایع دستی به بیش از ۹۵ درصد می‌رسد (شمال‌نصب و کیانی، ۱۳۹۷: ۲۳). سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و نظارت برای حفظ، احیا و توسعه فنی و کیفی در این زمینه در ایران بسیار لازم است. البته این فعالیت‌ها با حمایت دولت باید صورت گیرد (فلیشر و چتیک^۲، ۲۰۰۵: ۴۹۴)؛ چرا که ایران از جمله کشورهایی است که در صنایع دستی تمدنی غنی و پیشرو دارد (شمشادی، ۱۳۹۴: ۱۱).

گردشگری با کاهش مهاجرت، اشتغال‌زایی و افزایش تولید و درآمد، جایگاه ویژه‌ای در کشورهای در حال توسعه دارد و باعث رونق اقتصادی بسیاری از کشورها شده است و بهبود و ارتقای کیفیت صنایع دستی

^۱. Smaranda

^۲. Fleischer and Tchetchik

در توسعه گردشگری اثرگذار است (فرنام و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۳). صنایع دستی بیانگر صنعت و هنر نیاکان و نشان‌دهنده‌ی ذوق و هنر مردم هر منطقه از یک کشور است. به عقیده صاحب‌نظران این هنر اصیل، رمز ماندگاری و حیات فرهنگی و اقتصادی کشور در روند جهانی شدن؛ در گرو نگاه کیفی به صنایع دستی است. از بعد فرهنگی و گردشگری نیز صنایع دستی بخشی از صنعت گردشگری است که در همه مناطق ایران وجود دارد. در گستره جهانی شدن، صنایع دستی می‌تواند، با ایجاد رابطه پویا و خلاق بین طبیعت، انسان، دانش و فرهنگ یک منطقه با گردشگران، جریان جدیدی را در آینده برای ارتقاء گردشگری و توسعه پایدار اقتصادی و حفظ و اشاعه ارزش‌های فرهنگی ایجاد کند. در استان لرستان به علت دارا بودن پیشینه کهن، جاذبه‌های فراوان گردشگری و دارا بودن صنایع دستی سنتی خاص همچون گلیم‌بافی، فرش‌بافی، جاجیم‌بافی، منبت چوب، ماشته‌بافی، مشبک چوب، معرق چوب، مشبک فلز، تذهیب و ... ضرورت توجه به این هنر-صنعت در این استان بیش از پیش احساس می‌شود که علاوه بر توسعه اقتصادی پایدار، به صورت مستقیم بر ارتقا و رشد مبادلات فرهنگی-گردشگری و توسعه مشاغل مرتبط و ایجاد اشتغال پایدار اثرگذار است؛ زیرا در عمل و تجربه دریافته‌اند که هنر دستی یکی از عوامل بسیار مؤثر در جذب گردشگر است.

مسئله اساسی این است که در شرایط کنونی برای اینکه بتوان به رونق صنایع دستی دست یافت و راهی را برای رهایی از بین رفتن آن‌ها برگزید، باید قابلیت‌های نوین در این زمینه به خصوص در استان لرستان که دارای صنایع دستی متعدد در پهنه و گستره خود می‌باشد، شناسایی شود تا بتوان از قبل آن به ایجاد اشتغال برای مردم محلی و توسعه گردشگری و فروش صنایع دستی به گردشگران پرداخت. متأسفانه در این زمینه تا کنون اقدام اساسی و تأثیرگذار صورت نگرفته است و بسیاری از صنایع دستی با رکود و حتی اضمحلال روبرو شده‌اند و درآمد اصلی ناشی از فروش صنایع دستی بیشتر برای واسطه‌ها و دلالان می‌باشد و خود تولیدکنندگان از آن بهره‌چندانی نمی‌برند. همچنین تحقیقات دانشگاهی (پایان‌نامه و طرح) کمتری در این زمینه انجام شده است. شناسایی قابلیت‌های نوین به خصوص در زمینه توسعه گردشگری و جذب آن‌ها در این زمینه در مراحل مختلف آن، می‌تواند به رونق صنایع دستی و افزایش کارایی آن برای

تولیدکنندگان منجر شود. نوآوری پژوهش حاضر بهره‌گیری از دو متغیر وابسته جهش تولید و توسعه گردشگری بر اساس صنایع دستی و تأثیرگذاری متقابل این دو متغیر می‌باشد. بر همین اساس سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان تأثیر دارد؟

مبانی نظری

صنایع دستی جلوه‌ای از هنر، فرهنگ و تمدن در هر شهر و یا سرزمین و حاصل کار دست هنرمندان و صنعت‌گرانی است که قدمت آن به چندین هزار سال قبل از میلاد می‌رسد و روح هر بیننده‌ای را به سمت زیبایی و نقوش و ظرافت خود متمایل می‌سازد. صنایع دستی ایران به عنوان صنعتی مستقل و بومی است که با حفظ نگاه‌داشت این هنر و با ایجاد تحولاتی مثبت در جهت امروزی کردن آن و هدایت تأمین نیازهای بازار می‌توان امید داشت این هنر-صنعت بتواند در راستای توسعه پایداری اقتصادی و اجتماعی، به معیشت پایدار یاری رساند (احمدی شورغین و ساعد سمیعی، ۱۳۹۶: ۱۰).

صنایع دستی بی‌شک یکی از مهم‌ترین محصولات فرهنگی هر قوم یا ملیتی است که امروزه با توسعه گردشگری بسیار مورد توجه گردشگران قرار گرفته است (حق نظری و بخشی، ۱۳۹۶: ۵). صنایع دستی یا کاردستی نوعی کار است که در آن لوازم تزئینی و کاربردی تنها با استفاده از دست یا ابزار ساده ساخته می‌شود. معمولاً این کلمه به روش‌های سنتی ساختن کالاها اطلاق می‌گردد. چنین چیزهایی اغلب از لحاظ فرهنگی یا مذهبی فوق‌العاده هستند. لوازمی که به صورت تولید انبوه یا با ماشین‌آلات مختلف ساخته می‌شوند، جزء صنایع دستی نیستند (مک میلان^۱، ۲۰۱۳: ۲۳). از دیگر ویژگی‌های ارزنده صنایع دستی می‌توان به غیر وابسته بودن، قابلیت ایجاد و توسعه این صنایع در مناطق شهری، روستایی و عشایری، عدم نیاز به کارشناسان خارجی، ارزش افزوده بالا، مکمل صنعت گردشگری، فاقد آثار مخرب زیست محیطی، ایجاد درآمد مکمل و ... اشاره کرد. با وجود اینکه این صنعت فرصت‌های اقتصادی مناسبی را برای کشورها فراهم می‌کند، اما نمی‌توان تنها به بُعد اقتصادی آن توجه داشت؛ زیرا همراه با داد و ستد این

^۱. MacMillan

کالاها، ویژگی‌های فرهنگی نیز مبادله می‌شود. به بیان دیگر با تبادل صنایع دستی، به نوعی فرهنگ‌ها با یکدیگر تعامل و ارتباط برقرار می‌کنند (گارمان^۱ و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۳۶). صنایع دستی به سبب اینکه بیشتر کاربر است تا سرمایه‌بر، در مقایسه با تولیدات صنعتی می‌توان با سرمایه‌گذاری اندکی به تولید پرداخت (جعفری اسگری و بیون، ۱۳۹۵: ۶). صنایع دستی می‌تواند بر جلوگیری از روند مهاجرت، جذب جمعیت، ایجاد اشتغال تأثیرگذار باشد (زارعلی و زارعلی، ۱۳۹۷: ۴). در این میان تولیدات بی‌کیفیت صنایع دستی در مقصدهای گردشگری سبب شده است که بسیاری سازمان‌ها، راهکارها و اطلاعات لازم را برای خرید این محصولات در کشورهایی همچون هند به گردشگران منتقل کنند (چاهابارا^۲، ۲۰۱۰: ۱۷۷). در ایران نیز در سال‌های اخیر در زمینه بازاریابی و فروش، توسعه این صنعت سیر نزولی داشته است (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱). صنایع دستی فرآیندی درون‌زا است، از همین‌رو منعکس‌کننده وجوه فرهنگی، مادی و معنوی یک جامعه می‌باشد (رحمن ستایش و فلاح نیا، ۱۳۹۶). امروزه تولید صنایع دستی که مزین به نقش آثار تاریخی، باستانی و یادمان‌های ویژه هر کشور است، در دستور کار صنعتگران جهان قرار دارد و تلاش می‌شود که حتی بخشی از این‌گونه آثار که از سنگ، چوب، فلز و یا بر روی سرامیک و پارچه پدید می‌آید، با قیمت‌های ارزان در اختیار گردشگران قرار گیرد.

تمامی ممالک جهان، اعتقاد به تأثیر متقابل صنایع دستی و صنعت گردشگری دارند؛ چرا که در عمل و تجربه دریافته‌اند که هنرهای دستی یکی از عوامل بسیار مؤثر در جلب و جذب گردشگر در تمامی گرایش‌های ملی، منطقه‌ای و داخلی است و متقابلاً به این نتیجه هم رسیده‌اند که صنعت گردشگری می‌تواند به رشد، توسعه و گسترش صنایع دستی و بهبود کیفیت آن کمک کند. بر پایه این اعتقاد و تجربیات حاصله تشکیلات صنایع دستی و گردشگری در بسیاری از کشورها در هم ادغام و یا در رابطه‌ای هماهنگ و منسجم با هم دیده شده‌اند که خوشبختانه در کشور ما نیز گام‌هایی در این زمینه برداشته شده است (آزادخانی و همکاران، ۱۳۹۲).

^۱. Gorman

^۲. Chhabra

بهره‌گیری از قابلیت‌های نوین صنایع دستی در زمینه‌های خلاقیت، بازاریابی، تبلیغات، فناوری و غیره می‌تواند در راستای کمک به توسعه اقتصادی، ایجاد شغل، سرمایه‌گذاری اندک و بهره‌وری بالا باشد. صاحب‌نظران این بخش در توصیه‌های خود به ویژه بر قابلیت‌ها و ویژگی‌های این قبیل صنایع از جمله نیاز به سرمایه اندک برای ایجاد، راه‌اندازی و بهره‌برداری، کاربر بودن این صنایع و نیاز به سرمایه‌گذاری اندک سرانه برای ایجاد یک شغل، عدم نیاز به تخصص‌های فنی و حرفه‌ای بالا و سازگاری و استفاده از مهارت‌های بومی، بازار ساده فروش محصولات و بالاخره قابلیت و توانایی ایجاد درآمدزایی تکیه دارند. بنابراین زمانی که قابلیت‌های صنایع دستی در بخش‌های مختلف در زمینه‌های هویت فرهنگی، گردشگری، خلاقیت، درگیر نمودن خریداران و گردشگران، بازاریابی، تبلیغات، فناوری و ... در این زمینه استفاده گردد، می‌تواند به رونق بازارهای صنایع دستی در داخل و خارج از کشور منجر شود.

در زمینه پیشینه پژوهش می‌توان به موارد ذیل اشاره داشت: راگرسون^۱ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای به بررسی نقش صنایع دستی در رونق فرهنگی و تولیدی و میراثی پرداخته است که نتایج بیانگر آن است که صنایع دستی، یکی از مهم‌ترین پتانسیل‌های موجود در حوزه گردشگری میراث فرهنگی محسوب می‌شود. این محصولات حاصل آزمون و خطاهای مکرر انسانی در پاسخ به نیازهای حیاتی در گذشته و بهترین راه برای انعکاس ویژگی‌های سبک زندگی سنتی اقوام مختلف هستند. از این رو، صنایع دستی بخش مهمی از محصولات فرهنگی انسان در حوزه گردشگری میراث محسوب می‌شود.

ذکاوت و بحری کرمی (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای جایگاه صنایع دستی را به عنوان مشاغل خانگی در پیشرفت اقتصادی جامعه بررسی کرده‌اند که نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با ترویج رویکرد اشتغال به صنایع دستی در قالب مشاغل خانگی هم می‌توان به اشتغال جوانان و افراد نیازمند شغل کمک کرد و هم شرایط احیا و تداوم صنایع دستی را به عنوان میراث فرهنگی و هویت ملی در قالب مشاغل خانگی فراهم نمود و نیز زمینه توسعه و پیشرفت پایدار اقتصادی را ایجاد کرد. دیوسالار (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی نقش صنایع دستی در اقتصاد گردشگری روستایی، (مطالعه موردی: روستاهای کوهپایه‌ای شهرستان بهشهر)

^۱. Rogerson

اقدام کرده است که نتایج تحقیق نشان داد که اقتصاد گردشگری در نواحی روستایی شهرستان بهشهر بر درآمدزایی، اشتغالزایی توسعه صنایع بومی- محلی اثرگذار بوده است. همچنین رشد و گسترش صنایع دستی نقش مؤثری در اقتصاد گردشگری روستایی برجای نهاده و در بین روستاها، کیاسر بیشترین تأثیرپذیری از رشد اقتصادی صنایع دستی در جذب گردشگر را به خود اختصاص داده است.

رمضان زاده لسبویی و ذال (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به تحلیل ویژگی‌های صنایع دستی در راستای توسعه گردشگری میراث فرهنگی (مطالعه موردی: استان مازندران) اقدام کرده‌اند که نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای مؤثر بر وفاداری گردشگران در وضعیت مطلوبی قرار ندارند. همچنین رابطه معناداری بین کیفیت عرضه و میزان وفاداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد؛ این وضعیت درباره مؤلفه‌های نحوه نمایش محصولات صنایع دستی، میزان تأثیرگذاری فرهنگی و قابلیت حمل و نقل نیز وجود دارد.

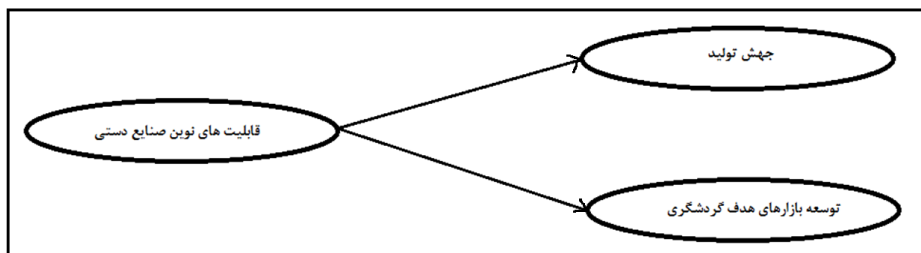
رالفس^۱ (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی روش‌های بازاریابی محصولات فرهنگی به خصوص صنایع دستی پرداخته است که نتایج بیانگر آن است که ترکیب جذابیت‌های فرهنگی و ارائه جمعی آن‌ها، یکی دیگر از روش‌های بازاریابی محصولات فرهنگی از جمله صنایع دستی است؛ برای مثال ارائه بسته‌هایی از صنایع دستی، هنر بومی، موسیقی، رقص، مواد غذایی و حتی نوشیدنی‌های عجیب و غریب، پدیده‌هایی هستند که گردشگران تمایل دارند از طریق آن‌ها با سبک زندگی مردمان مقصد آشنا شوند و همچنین این موارد، چشم‌اندازهای محلی را برای گردشگران برجسته می‌کنند.

آزادخانی و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به بررسی نقش صنایع دستی در توسعه صنعت گردشگری و جذب گردشگر نمونه موردی استان ایلام اقدام کرده‌اند که نتایج بیانگر آن است که صنایع دستی استان ایلام، به عنوان میراث هزارساله تمدن این خطه، از جمله پتانسیل‌های مهمی است که می‌تواند سهم مهمی در اشتغالزایی استان داشته باشد. نگارچی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی رونق صنایع دستی، راهکاری جهت توسعه اقتصادی (مطالعه موردی: استان اصفهان) اقدام کرده است که نتایج این مطالعه حاکی از این است که صنعت صنایع دستی در ابعاد اقتصادی به خصوص در سه بخش تولید ملی اشتغال-

^۱. Rolfes

زایی و صادرات نقش مهمی در فرایند توسعه ملی ایفا می‌کند. لوی و هاوکینز^۱ (۲۰۱۰) در پژوهشی به بررسی نقش میراثی صنایع دستی در تولید و فروش آن‌ها پرداخته است و نتایج بیانگر آن است که با توجه به استعدادهای فرهنگی بالقوه‌ای که انسان در صنایع دستی به ارث گذاشته است، رونق بخشیدن به تولید و فروش صنایع دستی اقوام در مقصدهای گردشگری دو هدف عمده را محقق می‌کند: نخست: معرفی فرهنگ سرزمین مقصد به جامعه مهمان و دوم: درآمدزایی و توسعه اقتصادی جامعه محلی.

بنابراین بر اساس بررسی‌های صورت گرفته می‌توان بیان فرضیه‌های پژوهش را این گونه مطرح ساخت که قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر رونق تولید صنایع دستی و رونق بازارهای هدف گردشگری آن اثرگذار می‌باشد و مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ قابل ترسیم می‌باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش. منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

روش پژوهش

این پژوهش را می‌توان یک نوع پژوهش کاربردی - توسعه‌ای دانست و روش مطالعه توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری مورد پژوهش شامل کلیه کارشناسان، متخصصان و پژوهشگران حوزه صنایع دستی و گردشگری که در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و ادارات مرتبط در شهرستان‌ها مشغول به کار بودند و اساتید دانشگاهی، دانشجویان دکتری در استان لرستان که در کل ۶۲۰ نفر بودند، می‌باشد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۲۳۷ نفر به شیوه تصادفی در دسترس انتخاب شدند. در این تحقیق جهت محاسبه حجم نمونه مورد نیاز پژوهش از رابطه زیر استفاده می‌شود:

¹ Levy and Hawkins

$$N = \frac{t^2 pq}{d^2} \left(1 + \frac{1}{n} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right) \right)$$

رابطه (۱-۱)

در این فرمول، N حجم جامعه مورد مطالعه، t اندازه متغیر در توزیع طبیعی، P درصد توزیع صفت در جامعه، q درصد افرادی که فاقد آن صفت هستند، d تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه را نشان می‌دهد. با محاسبه حجم نمونه از طریق روش کوکران (با توجه به رابطه ۱-۱)، ۲۳۷ نمونه به دست آمد.

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05)}{(0.05)^2} \left(1 + \frac{1}{620} \left(\frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05)}{(0.05)^2} - 1 \right) \right) = 237$$

ابزار پژوهش شامل پرسش‌نامه با ۳۱ سؤال در سه متغیر (قابلیت‌های نوین صنایع دستی، جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری) به ترتیب با ۱۴، ۱۱ و ۶ سؤال می‌باشد که محقق ساخته است و بر اساس نظر برخی محققین و کارشناسان و متخصصان جامعه آماری مدنظر، تبیین و روایی آن تأیید شده است (جدول ۱).

جدول ۱. متغیرهای پژوهش

منبع	گویه‌ها	تعداد سوالات	متغیرهای پژوهش
(فالمکن، ۲۰۱۸، ساماراند و همکاران، ۲۰۱۹، زارعلی و زارعی، ۱۳۹۷، شمال نصب و کیانی، ۱۳۹۷، عمیدپور و شغیع زاده، ۱۳۹۷)	<ol style="list-style-type: none"> ۱. توسعه ظرفیت‌های پایدار ۲. توسعه گردشگری فرهنگی ۳. برپایی نمایشگاه‌های صنایع دستی ۴. توسعه کیفیت جهت ارائه به عنوان سوغات ۵. کاربردی کردن در زندگی به‌عنوان ابزار دانش بومی و سلامت محور ۶. ایجاد بازارهای محلی ارائه صنایع دستی ۷. ارتباط با جوامع محلی ۸. نقش خلاقیت و حضور گردشگر و خریدار در روند ساخت ۹. شناسنامه‌دار کردن اثر و ثبت ملی و جهانی ۱۰. ارتباط با مراکز تحقیقاتی برای بهبود کیفیت، جذابیت ۱۱. ساختار نمادهایی از صنایع دستی برای روزهای خاص مانند عید نوروز و ... ۱۲. ارائه واحدهای درسی صنایع دستی کاربردی و آموزش به دانش‌آموختگان ۱۳. غنی‌تر شدن فرهنگ و سنت در دل صنایع دستی ۱۴. تطبیق عرضه صنایع دستی مطابق به شرایط آب‌وهوایی هر منطقه ایران و جهان 	۱۴	قابلیت‌های نوین صنایع دستی
(رافلی، ۲۰۱۴، ساماراند و همکاران، ۲۰۱۹، ذکوت و بحری کرمی، ۱۳۹۷، کندری و همکاران، ۱۳۹۲، نگارچی و همکاران، ۱۳۹۲)	<ol style="list-style-type: none"> ۱. تقویت بنیه مالی صنعتگران ۲. ارائه آموزش‌های فنی لازم ۳. اشاعه خدمات تأمین اجتماعی و بیمه صنعتگران ۴. امکانات تولید انبوه با توجه به کارگاه‌های مدرن و مجهز ۵. استانداردسازی مواد اولیه و تولید محصولات ۶. نظارت مستمر و کامل بر تولیدات از سوی سازمان‌های ذی‌ربط ۷. حمایت مالی و همکاری بانک‌ها در ارائه تسهیلات ۸. ارتباط و هماهنگی بین مراکز آموزش عالی و مهارتی و بازاریابی ۹. وجود بانک جامع اطلاعات هنرمندان و صنعتگران صنایع دستی ۱۰. رقابت‌پذیری کالاهای تولید صنایع دستی در بازارهای جهان ۱۱. حضور بخش غیردولتی نیرومند در صنایع دستی 	۱۱	جهش تولید
(ساماراند، ۲۰۱۹، رافلی، ۲۰۱۴، آزادخانی و همکاران، ۱۳۹۲، حق نظری و بخشی، ۱۳۹۲)	<ol style="list-style-type: none"> ۱. برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان و حمایت جدی دولت ۲. ارائه رابطه کامل با کشورهای دارای قدرت خرید بالا ۳. افزایش تعداد گردشگران داخلی و خارجی ۴. شناسایی بازارهای مناسب داخلی و خارجی و تضمین خرید تولیدات ۵. تبلیغات در رسانه‌های گروهی بین‌المللی و سایت‌های اینترنتی در شناساندن تولیدات ۶. وجود بازارچه‌های متمرکز و یکپارچه ملی 	۳	توسعه بازارهای هدف گردشگری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

روایی پرسش‌نامه به شیوه صوری بوده که به تأیید چند تن از خبرگان و کارشناسان رسیده و پایایی نیز بر اساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۸۴ مورد تأیید واقع شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اسپس‌اس و ایموس و آزمون کولموگروف-اسمیرنف جهت نرمال بودن داده‌ها و مدل‌سازی معادلات ساختاری جهت ارائه مدل عینی و واقعی مبتنی بر مدل مفهومی پژوهش استفاده شده است.

یافته‌ها

بررسی توصیفی متغیرهای پژوهش

در این قسمت با استفاده از میانگین و انحراف معیار هر یک از متغیرهای به بررسی میزان پاسخ‌گویی و جواب‌دهی به هر یک از متغیرها اقدام شده است.

جدول ۲. میانگین و انحراف از متغیرهای تحقیق

عوامل	تعداد	میانگین	انحراف از معیار
جهش تولید	۲۳۷	۳,۵۲	۰,۷۸۵
توسعه بازارهای هدف گردشگری	۲۳۷	۳,۰۸	۰,۸۹۴
قابلیت‌های نوین صنایع دستی	۲۳۷	۳,۲۱	۰,۸۸۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

بر اساس جدول (۲) متغیر رونق تولید دارای بیشترین میانگین و متغیر توسعه بازارهای هدف گردشگری دارای کمترین میانگین می‌باشد. همچنین متغیر توسعه بازارهای هدف گردشگری دارای بیشترین میزان انحراف معیار است که نشان‌دهنده انسجام کمتر پاسخ‌های ارائه شده به این پرسش‌نامه بوده و متغیر جهش تولید دارای کمترین میزان انحراف معیار می‌باشد که نشان از انسجام بیشتر پاسخ‌ها می‌باشد.

آمار استنباطی

بررسی فرض نرمال

برای بررسی فرض نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنف یک نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج نشان‌دهنده آن است که فرض نرمال بودن برای تمام متغیرها را نمی‌توان رد کرد ($P > 0/05$). نتایج این آزمون در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنف برای بررسی پذیره نرمال بودن

ابعاد	حجم نمونه	آماره آزمون	p-value
جهش تولید	۲۳۷	۰/۴۵۲	۰/۴۶۳
توسعه بازارهای هدف گردشگری	۲۳۷	۰/۶۳۲	۰/۳۲۱
قابلیت‌های نوین صنایع دستی	۲۳۷	۰/۵۸۴	۰/۳۱۲
کل	۲۳۷	۰/۶۳۵	۰/۴۷۲

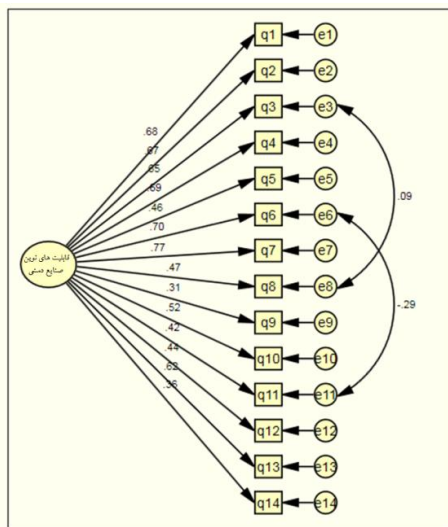
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

نتایج جدول (۳) نشان از آن دارد که کلیه متغیرها نرمال بوده و در این میان متغیر جهش تولید با توجه به میزان معناداری بیشتر، دارای توزیع نرمال متناسب‌تر و متغیر قابلیت‌های نوین صنایع دستی با توجه به میزان معناداری کمتر دارای نرمالی کمتر بوده است.

استفاده از معادلات ساختاری در بررسی روابط بین متغیرها

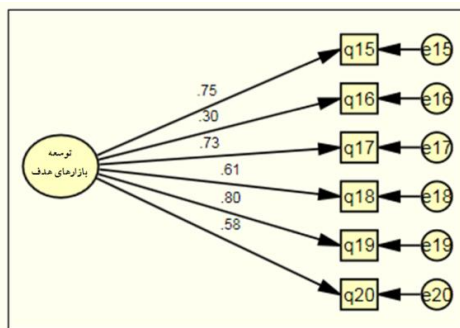
در این قسمت به مطالعه رابطه بین متغیرهای پژوهش بر اساس نرم‌افزار ایموس پرداخته شده است. در واقع در این قسمت با استفاده از نرم‌افزار ایموس و بهره جستن از معادلات ساختاری به بررسی این ارتباط اقدام شده است. بررسی ارتباط بین متغیرها در قالب الگوی معادلات ساختاری نشان داده شده در شکل‌های (۲ تا ۵) مورد آزمون قرار گرفت. قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده (سؤالات پرسش‌نامه) به وسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد، رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. بار عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است (فالكمن^۱، ۲۰۱۸).

^۱. Folkman



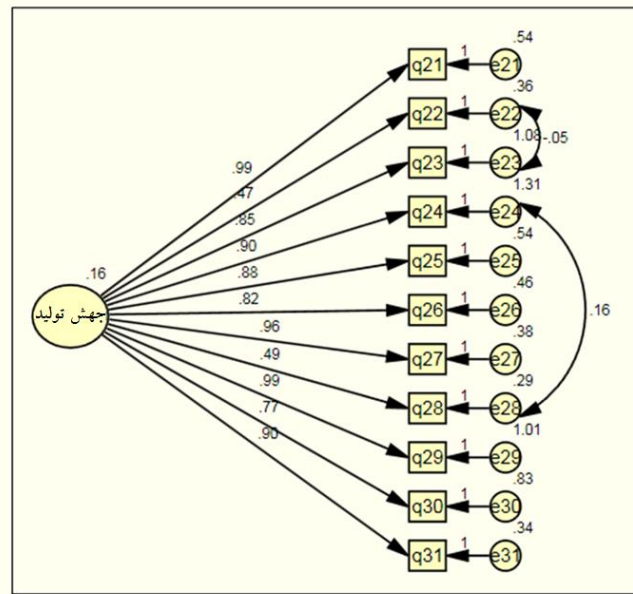
شکل ۲. مدل اندازه‌گیری قابلیت‌های نوین صنایع دستی با بارهای عاملی در حالت استاندارد.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹



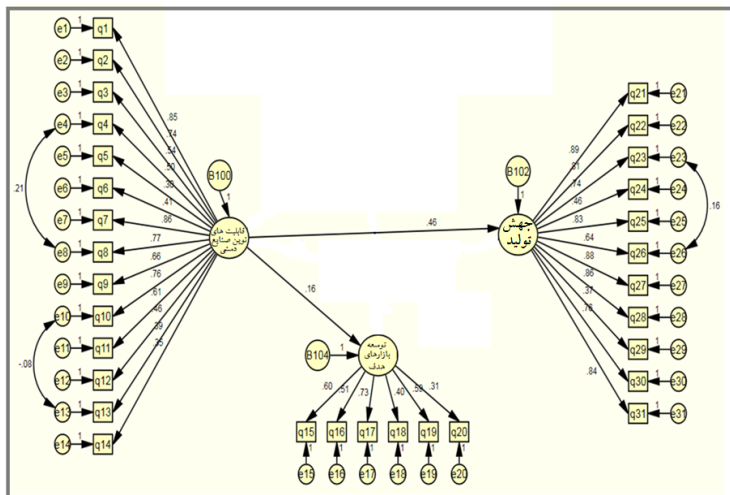
شکل ۳. مدل اندازه‌گیری شاخص توسعه بازارهای هدف گردشگری با بارهای عاملی در حالت استاندارد.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹



شکل ۴. مدل اندازه‌گیری شاخص جهش تولید با بارهای عاملی در حالت استاندارد.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹



شکل ۵. پارامترهای استاندارد شده مدل.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

برای ارزیابی برازش مدل معادلات ساختاری چندین شاخص برازندگی وجود دارد. در این پژوهش، از شاخص‌های کای اسکویر به همراه معنی‌داری آن، شاخص کای اسکویر بر درجه آزادی، شاخص برازندگی، شاخص نرم نشده برازندگی، شاخص برازندگی فزاینده، شاخص برازندگی تطبیقی، ریشه میانگین مجذور خطای تخریب و شاخص میانگین مجذور باقی‌مانده‌ها برای ارزیابی برازندگی مدل معادلات ساختاری پژوهش استفاده شد. هم‌اکنون معیار دقیقی برای این شاخص‌ها وجود ندارد، اما دستورالعمل کلی زیر در ادبیات مطرح شده است: اگر مقدار کای اسکویر معنی‌دار نباشد، مقدار کای اسکویر بر درجه آزادی کم‌تر از ۳ باشد، مقدار شاخص‌های برازندگی، نرم نشده برازندگی، برازندگی فزاینده و برازندگی تطبیقی بالاتر از ۰/۹۰ باشند، مقدار ریشه میانگین مجذور خطای تخریب کم‌تر از ۰/۰۸ و مقدار میانگین مجذور باقی‌مانده‌ها کم‌تر از ۰/۰۵ باشد، برازش مدل مناسب و قابل قبول است (فالکمن، ۲۰۱۸).

جدول ۴: نتایج میزان انطباق مدل پژوهش با شاخص‌های برازندگی در مدل شکل (۵)

علامت اختصاری	نام کامل شاخص برازش	معیار مطلوب	مقدار گزارش شده
X^2/df	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب ^۱	۳ و کم‌تر	۲/۹۵
RMR	شاخص بهنجار نسبی ^۲	کوچک‌تر از ۰/۰۵	۰/۴۷
GFI	شاخص برازش افزایشی ^۳	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۰
AGFI	شاخص برازش نرمال شده ^۴	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۳
NFI	شاخص نیکویی برازش ^۵	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
NNFI	شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته ^۶	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۳
CFI	شاخص برازش مقایسه‌ای ^۷	۰/۹ و بالاتر	۰/۴۹
RMSEA	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب ^۸	کوچک‌تر از ۰/۰۸	۰/۷۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

^۱. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

^۲. Chi-degree freedom

^۳. incremental fit index

^۴. Normed Fit Index

^۵. Goodness of fit

^۶. Adjusted Goodness of Fit

^۷. Comparative Fit Index

^۸. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

بر این اساس، با توجه به مقدار گزارش شده شاخص‌های برآزندگی (جدول ۳)، مشاهده می‌شود که داده‌ها از لحاظ آماری با ساختار عاملی مدل معادلات ساختاری متغیرهای نهفته پژوهش سازگاری و تطابق دارند. بنابراین، مدل معادلات ساختاری پژوهش از برآزش مناسب و قابل قبولی برخوردار است. روابط بین متغیرهای پژوهش بر اساس تحلیل معادلات ساختاری در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول ۵. مسیر فرضیه؛ همراه با نسبت‌های بحرانی و سطح معناداری

مقدار بحرانی	سطح معناداری	ضریب تأثیر	مسیر فرضیه		
			جهش تولید	<---	قابلیت‌های نوین صنایع دستی
۱۶.۸۷۵	۰.۰۰۰	۰.۴۶	جهش تولید	<---	قابلیت‌های نوین صنایع دستی
۲.۶۸۱	۰.۰۰۸	۰.۱۶	توسعه بازارهای هدف گردشگری	<---	قابلیت‌های نوین صنایع دستی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری مشاهده گردید که قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر شاخص جهش تولید با ضریب مسیر ۰/۴۶ و میزان معناداری ۰/۰۰۰ و قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر شاخص توسعه بازارهای هدف گردشگری با ضریب ۰/۱۶ و مقدار معناداری ۰,۰۰۸ اثرگذار بوده است. بر این اساس مشاهده می‌گردد که قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر شاخص جهش تولید با ضریب مسیر ۰/۴۶ بیشترین میزان تأثیر و بر شاخص توسعه بازارهای هدف گردشگری با ضریب مسیر ۰/۱۶ کمترین میزان اثرگذاری را داشته است.

نتیجه‌گیری

بر اساس آنچه مورد بررسی قرار گرفت، به‌طور کلی می‌توان بیان داشت که قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان تأثیرگذار بوده است. بر این مبنای می‌توان بیان داشت که توسعه اقتصادی نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی است. همچنین، کسب‌وکارها، از جمله اجزای اساسی اقتصاد کشور به شمار می‌روند که سرمایه‌گذاری در آن‌ها

موجب رونق‌بخشی سیستم اقتصادی خواهد شد. از سوی دیگر، سرمایه مورد نیاز این کسب‌وکارها، تنها با اتکاء به سرمایه‌گذاری بخش دولتی امکان‌پذیر نمی‌باشد، لذا ضروری است که سرمایه‌های راکد بخش خصوصی در جهت احیاء و رونق بخشیدن به اقتصاد کشور جذب و به کار گرفته شود. کشور ایران یکی از سه قطب مهم صنایع دستی جهان به شمار می‌رود و استان لرستان دارای صنایع دستی بسیار زیاد می‌باشد و شرایط مناسبی را دارد. یکی از سازوکارهایی که فرصت استفاده از سرمایه‌های بخش خصوصی را در جهت رشد اقتصادی کشور به دنبال دارد، صنایع دستی می‌باشد که می‌توان با توسعه آن و بهره‌گیری از خلاقیت‌های متناسب به جذب گردشگر و فروش آن‌ها به گردشگران اندیشید.

همچنین رشد جمعیت، بیکاری و منابع مالی ناکافی برای برنامه‌های توسعه اقتصادی سبب توجه فراوان به صنایع کوچک با توجه به سهولت توسعه آن‌ها، برای توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه شده است. صنایع دستی به علت ایجاد فرصت‌های اشتغال در سطح ملی و محلی، سبب توسعه متعادل میان خانوارهای روستایی و شهری و بخش کشاورزی و صنعت شده است و نقش اساسی در تنوع بخشی بهینه به فعالیت‌های اقتصادی در جوامع روستایی دارد. توسعه صنایع دستی سبب افزایش اشتغال، تولید و درآمد ملی شده و افزایش صادرات و درآمدهای ارزی و در نهایت برقراری عدالت اجتماعی و اقتصادی و نیز جهش تولید در این زمینه را در پی خواهد داشت. لذا شناسایی نقش عوامل حمایتی سازمانی بر توسعه صنایع دستی از اهمیت بالایی برخوردار است.

در واقع زمانی که از قابلیت‌های نوین صنایع دستی در بخش‌های (برپایی نمایشگاه‌های صنایع دستی، توسعه کیفیت جهت ارائه به عنوان سوغات، کاربردی کردن این صنایع در زندگی به عنوان ابزار دانش بومی و سلامت محور، ایجاد بازارهای محلی ارائه صنایع دستی، نقش خلاقیت و حضور گردشگر و خریدار در روند ساخت، شناسنامه‌دار کردن اثر و ثبت ملی و جهانی، ساخت نمادهایی از صنایع دستی برای روزهای خاص مانند عید نوروز و..، ارتباط با مراکز تحقیقاتی برای بهبود کیفیت، جذابیت) مدنظر

قرار گیرد، می‌تواند به حضور بیشتر خریدار و گردشگر منجر شده و همین امر زمینه‌ساز افزایش و جهش تولید شود.

بر اساس آنچه صورت پذیرفت می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه نمود:

● برنامه‌ریزی متناسب همچون تبلیغات در فضاهاى مجازى به خصوص کانال‌هاى تلگرامى و اینترنتى جهت فروش و توسعه محصولات صنایع دستی و افزایش تمایل گردشگران برای خرید محصولات با توجه به زمینه‌های بسیار مناسب صنایع دستی استان لرستان در راستای توسعه آن و افزایش درآمد برای مردم محلی.

● افزایش تسهیلات و خدمات بیمه‌ای و مالی جهت رعایت حال افراد درگیر در صنایع دستی استان لرستان از سوی مسئولین.

● استفاده از خلاقیت‌های موجود در این زمینه در بین کارشناسان، مردم محلی و تولیدکنندگان صنایع دستی در زمینه نحوه تولید، فروش و ارائه آن به بازار می‌تواند به رونق هر چه بیشتر صنایع دستی کمک کند.

● برپایی همایش‌ها و نمایشگاه‌های ارائه پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های صنایع دستی استان لرستان به سایرین و توسعه گردشگری در این زمینه و ارائه محصولات در بسته بندی و به صورت برندینگ که می‌تواند منجر به فروش بیشتر و در نتیجه تولید بیشتر محصولات و جهش تولید آن‌ها گردد.

● ارائه برنامه جامع نظارتی بر صنایع دستی استان لرستان و نیز محدود نمودن واردات محصولات مرتبط در این زمینه و خرید محصولات از سوی سازمان به صورت دوره‌ای و ارائه مزایای اقتصادی آن به تولیدکنندگان، می‌تواند زمینه‌ساز تشویق به تولید بیشتر و رونق و جهش تولید در این زمینه شود.

منابع

- آزادخانی، پاکزاد؛ موسوی پور، مرضیه و آزادخانی، سامیه. (۱۳۹۲). «نقش صنایع دستی در توسعه صنعت گردشگری و جذب گردشگر نمونه موردی استان ایلام». دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین. همدان. شرکت هم‌اندیشان محیط زیست فردا.
- احمدی شورغین، محدثه و ساعد سمیعی، اصغر. (۱۳۹۶). «نقش اشاعه صنایع دستی بر توسعه پایداری اجتماعی». چهارمین کنفرانس ملی معماری و شهرسازی پایداری و تاب‌آوری از آرمان تا واقعیت. قزوین. دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.
- تاسا، سمیره. (۱۳۹۲). «بررسی نقش صنایع دستی در اقتصاد خانوارهای روستایی مطالعه موردی (بخش مرکزی، شهرستان ایلام)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بیرجند. دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- جعفری اسگری، اسمعیل و بیون، امید. (۱۳۹۵). «بررسی و تبیین نقش و جایگاه صنایع دستی در توسعه نواحی روستایی». سومین کنفرانس علمی پژوهشی افق‌های نوین در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی معماری و شهرسازی ایران. تهران. انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- حق نظری، سمیه و بخشی، محمدرضا. (۱۳۹۶). «اهمیت صنایع دستی در توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان سلسله». کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد، توانمندی صنعت جهانگردی در توسعه. مشهد. مؤسسه آموزش عالی شان‌دیز.
- دیوسالار، اسداله. (۱۳۹۵). «نقش صنایع دستی در اقتصاد گردشگری روستایی مورد: روستاهای کوهپایه‌ای شهرستان بهشهر». *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*. سال پنجم، تابستان، ۲ (۱۶). ۱-۲۵.
- ذکاوت، سحر و بحری کرمی، طرلان. (۱۳۹۷). «بررسی جایگاه صنایع دستی به عنوان مشاغل خانگی در پیشرفت اقتصادی جامعه». تهران. دوازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت.
- رحمن ستایش، امیررضا و فلاح نیا، مهسا. (۱۳۹۶). «تحلیل نقش هنرهای دستی (صنایع دستی) بر گردشگری و توسعه پایدار فرهنگی (نمونه مورد مطالعه: شهر شیراز)». دومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی عمران، معماری و مدیریت بحران. تهران. دانشگاه علامه مجلسی.
- رمضان زاده لسبویی، مهدی و ذال، محمد حسن. (۱۳۹۴). «تحلیل ویژگی‌های صنایع دستی در راستای توسعه گردشگری میراث فرهنگی (مطالعه موردی: استان مازندران)». *برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)*. ۵ (۴). ۸۷-۱۰۲.
- رمضانی، مینا و رمضانی، میترا. (۱۳۹۷). «نقش صنایع دستی و گردشگری در توسعه پایدار کشور». سومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار. کرج. دانشگاه جامع علمی کاربردی سازمان همیاری شهرداری‌ها.

زارعلی، مهدی و زارعلی، وحید. (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر ایجاد سایت صنایع دستی در شهرهای جدید بر روند توسعه و سکونت، نمونه موردی (سایت امین شهر جدید مجلسی)». کنفرانس عمران، معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام. تبریز. دانشگاه تبریز - دانشگاه شهید مدنی آذربایجان - دانشگاه علمی کاربردی شهرداری تبریز.

سلطانی، شیرین؛ بادسار، محمد و کرمی، رویا. (۱۳۹۷). «بررسی سطح گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی در میان روستاییان شهرستان زنجان». همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش‌ها و راهکارها. بروجرد. دانشگاه آیت‌الله بروجردی (ره).

شمال نصب، مهسا و کیانی، انوشیروان. (۱۳۹۷). «بستری برای احیاء صنایع دستی خوزستان با حفظ ارزش‌های معماری ایرانی_اسلامی». اولین کنگره بین‌المللی صنعت ساختمان با محوریت تکنولوژی‌های نوین در صنعت ساختمان. تبریز. مجمع مهندسان جوان استان آذربایجان شرقی.

شمشادی، فرزانه. (۱۳۹۴). «جایگاه صنایع دستی در گردشگری فرهنگی با تأکید بر نقش و اهمیت گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر لالچین)». کنفرانس بین‌المللی انسان، معماری، عمران و شهر. تبریز. مرکز مطالعات راهبردی معماری و شهرسازی.

عمیدپور، سپیده و شفیع زاده، اسدالله. (۱۳۹۷). «نقش موزه فرش در معرفی صنایع دستی بومی». سومین کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و طراحی شهری. تبریز. دبیرخانه دائمی کنفرانس - دانشگاه میعاد با همکاری دانشگاه هنر اسلامی تبریز - دانشگاه خوارزمی - دانشگاه شهرکرد.

فرنام، زینب؛ صادقی پور، احمد و ارسطو، بهروز. (۱۳۹۷). «تحلیل صنایع دستی بومی در توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی روستاهای شهرستان دامغان)». *دوفصلنامه علمی پژوهش هنر*. ۸ (۱۶). ۶۲-۵۳.

کندری، توران؛ ابوترابی، محمدعلی و حاج امینی، مهدی. (۱۳۹۷). «تأمین مالی بیرونی و اشتغال بخش فرهنگ: مورد صنایع دستی ایران». *سیاست‌گذاری اقتصادی*. ۱۰ (۲۰)، پاییز و زمستان. ۱۰۳-۱۳۳.

نگارچی، سمانه؛ جاودان، ابراهیم و زارع مهرجردی، محمدرضا. (۱۳۹۲). «رونق صنایع دستی، راهکاری جهت توسعه اقتصادی (مطالعه موردی: استان اصفهان)». اولین همایش الکترونیکی ملی چشم‌انداز اقتصاد ایران با رویکرد حمایت از تولید ملی. خوراسگان. دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

Chhabra, D. (2010). *Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism*. London and New York: Routledge publishing.

Fleischer Aliza and Tchetchik, Anat. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture?. *Tourism Management*, 26(4), 493-501.

- Folkman, S. (2018). Personal Control and Coping Processes: A theoretical Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46 (4), 839-852.
- Gorman, William D.; Grassberger, Robert; Shifflett, Kimberly; Carter MaryAbuamoud Nasser, Ismaiel; Al-Rawajfeh, Ahmad. (2009). The Jordan Bedouin Handicraft Weaving Company:A Feasibility Assessment of Job Creationfor Jordanian Women. *International Journal of Business and Social Science*, 2(2), 145-152.
- Levy, S. E., Hawkins, D. E. (2010). Peace through Tourism: Commerce Based Principles and Practices. *Journal of Business Ethics*, 89, 569-585.
- MacMilla,n Thomas. (2012). *On State Street, "Maker" Movement Arrives*. New Haven Independent. from http://www.newhavenindependent.org/index.php/archives/entry/make_haven.
- Rogerson, C. M., Lisa, Z. (2005). Sho't Left': Changing Domestic Tourism in South Africa, *Urban Forum*, 16, 88-111.
- Rogerson, C. M. (2018). Creative Industries and Urban Tourism: South African Perspectives. *Urban Forum*, 17, 149-166.
- Rolfes, M. (2014). Poverty tourism: theoretical reflections and empirical findings regarding an extraordinary form of tourism. *Geo Journal*, 75, 421-442.
- Smaranda Cosmaa, Dragos Pauna, Marius Bota, Cristina Fleseriu. (2019). Innovation – a useful tool in the rural tourism in Romania Procedia. *Social and Behavioral Sciences*, 148, 507 – 515.