




Investigating the Relationships and Effects of the Social Change Approach on the Economic Recession of Handicrafts (Case Study: Handicrafts of Shiraz)

Eshrat. Badr¹, Gholamreza. Jafarinia^{2*}, Ensiyeh. Mahini³

¹ PhD Student, Department of Sociology of Iranian Issues, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran

² Associate Professor, Department of Sociology, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran

³ Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran

* Corresponding author email address: jafreinia_reza@iaubuseher.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Badr, E., Jafarinia, G., & Mahini, E. (2025). Investigating the Relationships and Effects of the Social Change Approach on the Economic Recession of Handicrafts (Case Study: Handicrafts of Shiraz). *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 4(1), 222-241.



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The objective of this study was to examine the relationships and effects of the social change approach on the economic recession of handicrafts in the city of Shiraz. Considering the aim, this research is applied in nature, and based on data collection method, it is categorized as a descriptive-survey study. The statistical population included all artists and artisans in the field of handicrafts in Shiraz. The participants consisted of 384 individuals (155 men and 209 women) selected using Cochran's formula and convenience sampling. All participants completed the following scales: cultural changes, increase in industrial production, macroeconomic changes, shortage of human resources, managerial factors, changes in marketing methods, and economic recession. Structural equation modeling (SEM) was employed to analyze the data using SmartPLS and SPSS software. The findings revealed that cultural changes, mediated by marketing factors, had a significant effect on the economic recession of handicrafts. Managerial factors, mediated by marketing factors, had a significant effect on the economic recession of handicrafts. Moreover, macroeconomic changes, through the mediation of marketing factors, had a significant impact on the economic recession of handicrafts. Changes in human resources also significantly influenced the economic recession of handicrafts through marketing factors. Additionally, cultural changes mediated by increased industrial production had a significant effect on the economic recession of handicrafts. Managerial factors mediated by increased industrial production had a significant impact on the economic recession of handicrafts. Macroeconomic changes, through the mediation of increased industrial production, had a significant effect on the economic recession of handicrafts. Finally, changes in human resources did not significantly affect the economic recession of handicrafts when mediated by increased industrial production. Consequently, cultural changes, macroeconomic changes, and managerial factors—mediated by marketing factors and increased industrial production—can influence the economic recession of handicrafts in Shiraz.

Keywords: social change, economic recession, handicrafts, Shiraz.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Handicrafts represent an intersection of creativity, cultural heritage, and traditional economic practices, serving as tangible manifestations of local identities and centuries-old customs (Soltani & Karami, 2022). These artisanal productions are deeply embedded in the geographic, cultural, and historical fabric of societies and have evolved alongside changes in economic structures from pastoral to agricultural and industrial economies (Ansari & Kupal, 2022). According to UNESCO, a handicraft is defined as a product primarily made by hand, incorporating tools without replacing the vital human role in creation (Sorayayi & Atf, 2014). Beyond their functional role, these crafts have symbolized cultural pride, aesthetic expression, and economic sustainability (Paliwal & Sharma, 2023).

However, in contemporary societies, the symbolic and decorative dimensions of handicrafts have overshadowed their utilitarian purposes. This shift reflects broader transitions in lifestyle and consumption patterns driven by modernization, globalization, and the infusion of mass-produced industrial goods (Omidi et al., 2015). The systemic perspective on handicrafts illustrates that these products emerge from an intricate interaction of materials, methods, cultural values, and artistic visions (Ghouse, 2017). With most raw materials, labor, and tools sourced domestically, handicrafts bolster both national identity and local economies (Karimi, 2021).

Social change—defined by shifts in cultural norms, economic systems, organizational behaviors, and interpersonal dynamics—has become a vital lens for understanding the evolving challenges faced by the handicrafts industry (Greenfield, 2016; Pourghali & Mahdavi-Nasr, 2011). As societies modernize, new preferences and consumption habits arise, often to the detriment of traditional crafts. Mass-produced alternatives, changing economic policies, and youth disinterest in artisan vocations increasingly undermine the viability of handcrafted goods (Dash & Mishra, 2021). At the same time, these crafts still retain the potential to promote sustainable development and cultural continuity (Yadav et al., 2022). Thus, examining the relationship between social change and the economic recession of handicrafts offers critical insights into how modern forces reshape traditional industries.

Methods and Materials

This research employed a descriptive-survey design with an applied purpose. The statistical population comprised all handicraft artists and artisans in Shiraz during 2023–2024. Based on Cochran's formula, 384 individuals were selected through convenience sampling, including 155 men (40.4%) and 209 women (59.6%). Data collection was conducted using researcher-made questionnaires that assessed dimensions of social change—including cultural changes, macroeconomic shifts, managerial factors, human resource shortages, changes in marketing methods, and increased industrial production—as well as economic recession in handicrafts. The instruments used a five-point Likert scale, and Cronbach's alpha coefficients confirmed their reliability. Data analysis was performed using SPSS and SmartPLS, and structural equation modeling (SEM) was used to test the hypothesized relationships among variables.

Findings

Descriptive statistics showed that participants rated macroeconomic changes highest ($M = 3.52$), suggesting a broad recognition of economic fluctuation's influence. The economic recession of handicrafts was significantly correlated with all examined dimensions of social change. Spearman's correlation

revealed the strongest association between recession and marketing factors ($r = 0.519$), followed by cultural changes ($r = 0.499$), human resource changes ($r = 0.353$), and managerial factors ($r = 0.137$).

The structural model fit was assessed using the GoF index, which yielded a value of 0.707—indicating a strong model fit. Hypothesis testing confirmed several significant indirect relationships. Cultural changes, mediated by marketing factors, had a significant positive effect on economic recession ($\beta = 0.617$; $t = 22.309$). Similarly, cultural changes mediated by industrial production also significantly affected recession ($\beta = 0.036$; $t = 4.472$). Macroeconomic changes had a significant negative indirect effect through marketing ($\beta = -0.180$; $t = 5.312$) and a positive indirect effect via industrial production ($\beta = 0.084$; $t = 4.064$).

Human resource changes indirectly affected recession through marketing factors ($\beta = 0.068$; $t = 1.986$), but not through industrial production ($\beta = 0.026$; $t = 1.219$). Managerial factors significantly influenced recession through both marketing ($\beta = 0.180$; $t = 9.009$) and industrial production ($\beta = 0.037$; $t = 2.839$).

These findings suggest that both marketing dynamics and industrial production trends mediate the impact of cultural, economic, and managerial shifts on the economic decline of the handicrafts sector.

Discussion and Conclusion

This study sought to uncover the root causes of the economic recession in Shiraz's handicrafts industry through the lens of social change. Key components of the social change framework—namely cultural transformation, macroeconomic fluctuations, human resource dynamics, and managerial transitions—were shown to be significantly associated with declining artisanal economic outcomes. Notably, the mediating roles of marketing practices and industrial production were integral to understanding how these transformations exert their influence.

Cultural shifts appear to be reshaping consumer preferences, steering demand away from traditional handcrafted goods toward mass-produced, industrial alternatives. This phenomenon, coupled with insufficient marketing innovation and a diminished appeal of artisanal work among younger generations, has reduced both the supply and demand of handicrafts. In addition, macroeconomic instability, inflation, and exchange rate volatility have undermined the purchasing power of potential customers, further dampening sales and profitability in the sector.

Managerial inefficiencies and human capital challenges have compounded these problems. The lack of entrepreneurial initiatives, weak financial investment, outdated training models, and inconsistent governmental support have restricted artisans' capacity to modernize production and compete in local and global markets. Furthermore, an over-reliance on traditional production methods, poor product packaging, and inadequate branding have hampered handicraft market expansion.

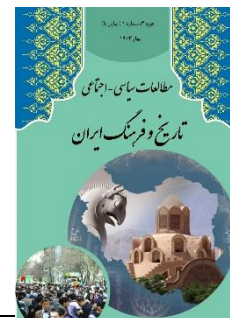
The mediating roles of marketing and industrial production were particularly insightful. Marketing strategies—or the lack thereof—play a critical role in amplifying or mitigating the negative impact of social change. Effective branding, product diversification, and modern sales channels could buffer the industry against economic headwinds. Similarly, industrial production offers both opportunities and threats; while it can enhance output and efficiency, it also threatens the uniqueness and cultural authenticity that distinguish handmade crafts.

Overall, the study provides a comprehensive model explaining how various dimensions of social change contribute to the economic recession of handicrafts in Shiraz. The findings underscore the urgent need for strategic policy interventions, including educational reforms to revitalize interest in handicrafts

among youth, financial incentives for innovation, and institutional support to improve marketing and distribution infrastructures.

Nevertheless, this study has certain limitations. The analysis was confined to a specific population and geographic region, and its findings should be generalized with caution. Future research could benefit from qualitative methodologies, such as field interviews, to develop a richer understanding of the lived experiences of artisans and their adaptive strategies.

In conclusion, revitalizing the handicraft sector amid ongoing social change will require a multifaceted approach. Addressing the economic recession of handicrafts is not solely about preserving tradition; it is about empowering a vital cultural and economic sector to evolve and thrive in the modern era.



بررسی روابط و اثرات رویکرد تغییرات اجتماعی بر رکود اقتصادی صنایع دستی (مطالعه موردی: صنایع دستی شهر شیراز)

عشرت بدر^۱، غلامرضا جعفری نیا^{۲*}، انسیه ماهینی^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه جامعه شناسی مسائل ایران، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران

۲. دانشیار، گروه جامعه شناسی، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران

۳. استادیار، گروه معارف اسلامی، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: jafreinia_reza@iaubuseher.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

بدر، عشرت، جعفری نیا، غلامرضا، و ماهینی، انسیه. (۱۴۰۴). بررسی روابط و اثرات رویکرد تغییرات اجتماعی بر رکود اقتصادی صنایع دستی (مطالعه موردی: صنایع دستی شهر شیراز). *مطالعات سیاسی- اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۴(۱)، ۲۲۱-۲۰۴.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

هدف این پژوهش، بررسی روابط و اثرات رویکرد تغییرات اجتماعی بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز بوده است. پژوهش حاضر با توجه به هدف، کاربردی و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه آماری شامل کلیه هنرمندان و صنعت‌گران حوزه صنایع دستی در شهر شیراز می‌باشد. شرکت‌کنندگان ۳۸۴ نفر از هنرمندان و صنعت‌گران حوزه صنایع دستی در شهر شیراز (۱۵۵ نفر مرد، ۲۰۹ نفر زن) بودند که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. همه آن‌ها مقیاس‌های تغییرات فرهنگی، افزایش تولیدات صنعتی، تغییرات اقتصاد کلان، کمبود منابع انسانی، عوامل مدیریتی، تغییرات شیوه‌های بازاریابی و رکود اقتصادی را تکمیل کردند. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس و نرم افزار اس پی اس اس به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که تغییرات فرهنگی به واسطه عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد. عوامل مدیریتی به واسطه عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد. همچنین تغییرات فرهنگی به واسطه عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد. عوامل مدیریتی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد. تغییرات اقتصاد کلان به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد. در نهایت، تغییرات منابع انسانی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری ندارد. در نتیجه، تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان و عوامل مدیریتی با واسطه عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی می‌توانند رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز را تحت تاثیر قرار دهند.

کلیدواژگان: تغییرات اجتماعی، رکود اقتصادی، صنایع دستی، شهر شیراز.

مقدمه

اساساً هنر از جمله نیازهای بشری است که همواره در طی دوران زندگی با وی همراه بوده است. انسان از همان آغاز به دنبال خلق ابزارهای کاربردی بوده و با تزئین آن‌ها آثار هنری بدیع و زیبایی را به وجود آورده است و بدین صورت خود را متجلی و به نیازهای معنوی و مادی خود پاسخ داده است (Soltani & Karami, 2022). صنایع دستی از شاخص‌های مهم هویت و اعتبار معنوی و تاریخی ملت‌ها به شمار می‌آید و با تاریخ، سنت‌ها، محیط جغرافیایی و نیازهای مصرفی مردم آمیختگی زیادی دارد. همچنین صنایع دستی نشان‌دهنده فرهنگ، هنر و ذوق یک ملت است و در مراحل مختلف تکامل اقتصادی یعنی اقتصاد شبانی، اقتصاد کشاورزی و اقتصاد صنعتی تأمین‌کننده بسیاری از نیازمندی‌ها و احتیاجات ملت‌ها بوده است (Ansari & Kupal, 2022).

بنابر تعریف یونسکو، مصنوعات صنایع دستی تلقی می‌شوند که کاملاً با دست یا به کمک ابزار دستی ساخته شده‌اند. دخالت ابزارهای ماشینی در تولیدات صنایع دستی تا جایی پذیرفته است که حضور مستقیم دست یا نیروی انسانی را در تولید آن نفی نکند. به بیان دقیق‌تر صنایع دستی بخشی از هنر و صنعت است که با بهره‌مندی از مواد اولیه بومی و با انجام کارهای اساسی که به کمک دست و ابزار دستی و سنتی انجام می‌شود به ساخت محصولات منجر می‌شود که هر یک خلاقیت، ذوق و هنر سازندگان آن را به نمایش می‌گذارد (Sorayayi & Atf, 2014). این صنایع شامل تولیداتی است که علاوه بر جنبه مصرفی دارای ویژگی‌های هنری و خلاقیت هستند و به خصوص در گذشته در تمام شئون زندگی مردم حضور داشته است. در حقیقت در جوامع سنتی، صنایع دستی دارای ارزش‌های کاربردی بوده است و مردم به دلیل نیازهای عملی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از آن استفاده می‌کردند؛ اما در جوامع مدرن کنونی این صنایع بیشتر ارزش نمادین و تزئینی پیدا کرده‌اند (Paliwal & Sharma, 2023). به‌طور کلی تولیدات صنایع دستی علاوه بر جنبه‌های مصرفی، دارای جنبه‌های هنری نیز می‌باشند و هر یک با ویژگی‌ها، طرح‌ها و رنگ‌های مختلف، نحوه ساخت و مواد اولیه، معرف هویت و فرهنگ یک منطقه‌ی خاص هستند (Omidi et al., 2015).

از دیدگاه سیستمی صنایع دستی حاصل عوامل و عناصر مرتبط با یکدیگر است که هم به صورت مجزا و هم با تعامل و تاثیرگذاری بر یکدیگر موجبات بوجود آمدن تمامیت محصول را فراهم می‌آورند. این اجزاء و عوامل شامل مواد اولیه و روش‌های فرآوری آنها، طرح و شکل و کاربرد نهایی محصول، سبک زیباشناسی، ارزش‌های مادی و معنوی فرهنگی، روش‌های تولید و کاربرد محصول می‌باشد (Ghouse, 2017). صنایع دستی حاصل فکر، عمل، خلاقیت و ابتکار سازنده‌ی آن است و از تولیدات غیروابسته‌ای است که به شناخت کامل ارزش‌های اختصاصی آن نیاز دارد. اساساً تولید صنایع دستی به صنایع داخلی متکی است و معمولاً بیش از نود درصد مواد اولیه، نیروی کار و ابزار و وسایل آن در داخل کشور فراهم می‌گردد (Karimi, 2021). صنایع دستی بدون نیاز به سرمایه‌گذاری زیاد، یادگیری آسان و اشتغال‌زایی بسیار موجب رشد و توسعه محلی و ملی می‌شود و ترویج و رونق آن علاوه بر بازدهی‌های فرهنگی و اقتصادی موجب جذب گردشگران نیز می‌شود. به‌طور طبیعی هرگونه افزایش در میزان تولید و فروش فرآورده‌های دستی تأثیر مستقیمی بر افزایش تولید ناخالص ملی دارد (Paas & Palojoki, 2019). با توجه به استعدادهای فرهنگی بالقوه‌ای که انسان در صنایع دستی به ارث گذاشته است؛ رونق بخشیدن به تولید و فروش صنایع دستی اقوام موجب معرفی فرهنگ سرزمین مقصد و درآمدزایی و توسعه اقتصادی جامعه محلی می‌شود (Oyekunle & Sirayi, 2018). صنایع دستی، یکی از مهمترین پتانسیل‌های موجود در حوزه میراث فرهنگی است و 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 (Ramadan-Zadeh & Zal, 2015). ملی بودن، وابسته نبودن، قابلیت ایجاد و توسعه در کلیه مناطق شهری و روستایی و عشایری، بی‌نیازبودن به کارشناسان خارجی، دسترسی آسان

به مواد اولیه و ابزار کار مختصر و ارزان، ایجاد درآمد مکمل، ارزش افزوده زیاد و قدرت اشتغال‌زایی از ویژگی‌های مهم صنایع دستی در حوزه اقتصاد به شمار می‌روند (Dadvar et al., 2022). صنایع دستی از طریق ایجاد روابط انسانی جدید، خلق فهم و تفسیر مجدد زندگی، ارتباط با فرهنگ و اجتماع و نیز ارتباط با طبیعت و اقتصاد و معیشت و ایجاد فرصت‌های گسترده‌تر اقتصادی، دارای ماهیت پیچیده و درهم‌تنیده‌ای با مفهوم توسعه پایدار است (Fan & Feng, 2019). در حقیقت صنایع دستی، مهارت‌ها و دانش محلی سنتی با ریشه‌های تاریخی را در عبور از دوره‌های مختلف تمدن بشری، از دل نسل‌ها انتقال می‌دهد و به عنوان اشکال با ارزش میراث فرهنگی، حرکت به سمت توسعه پایدار فرهنگی را قوت می‌بخشد (Yadav et al., 2022).

به‌طور مشخص صنایع دستی ارتباط عمیقی با اجتماع و ماهیت آن دارد و هرگونه تغییری در آن می‌تواند عملکرد حوزه صنایع دستی را نیز تغییر دهد. تغییر اجتماعی اغلب به عنوان تغییر در الگوهای رفتاری و فرهنگ، هنجارها و ارزش‌ها توصیف می‌شود. همچنین تغییر اجتماعی به تحول در سازمان جامعه، تغییر الگوهای اندیشه و رفتار، تغییر در روابط میان افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع اشاره دارد (Pourghali & Mahdavi-Nasr, 2011). سنفورد (۲۰۱۷)، می‌گویند تغییر اجتماعی به معنی تغییری در شیوه‌هایی است که موجودات انسانی را به یکدیگر پیوند می‌دهند. همچنین تغییرات اجتماعی شامل تغییرات کیفی یا کمی پدیده‌های اجتماعی می‌باشد و با مؤلفه‌های هویت، سطح، مدت، جهت و وسعت مرتبط است. به‌طور خلاصه تغییرات اجتماعی بیانگر دگرگونی‌ها و تبدیلاتی است که در طول تاریخ در اصول زندگی یک جامعه و ملت رخ می‌دهد و این تغییرات به دلیل هزاران عامل خارجی و داخلی شکل می‌گیرند (Greenfield, 2016).

در این راستا هرگونه تغییر در نظام اجتماعی می‌تواند الگوی مصرف افراد را در زمان و مکان‌های مختلف تحت تأثیر قرار دهد. در واقع نظام اجتماعی، افراد را به مصرف کالاهای مختلف بر حسب نمودهای فرهنگی جدید ملزم می‌کند و در این رابطه آگاهی از اینکه چه چیزی، کجا، کی، چگونه و به چه میزان مصرف شود باعث می‌شود الگوی مصرف، ارزش‌ها و هنجارهای مربوط به آن تغییر کند. در این راستا بنظر می‌رسد بروز تغییرات اجتماعی و تغییراتی که به دنبال آن در فرهنگ، شرایط اقتصاد کلان، شیوه‌های بازاریابی، منابع انسانی، عوامل مدیریتی و نحوه تولیدات شکل می‌گیرد می‌تواند نیازها و علایق مردم به خرید و مصرف محصولات صنایع دستی را تحت تأثیر قرار دهد. بدین ترتیب در این پژوهش سعی می‌شود رابطه هر یک از این متغیرها با رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز بررسی شود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

هدف از مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش تبیین و توصیف بهتر رویکرد تغییرات اجتماعی و رکود اقتصادی صنایع دستی است. از این رو، در ادامه مفاهیم رویکرد تغییرات اجتماعی و رکود اقتصادی صنایع دستی بسط داده شده است.

صنایع دستی

صنایع دستی بیانگر فرهنگ، سنت و میراث یک کشور یا منطقه است و دارای ارزش هنری و کاربردی می‌باشند (Ataei-Pour, 2019). به‌طور کلی می‌توان گفت صنایع دستی بر اساس ویژگی‌های تولیدکننده، عملکرد محصول، روش‌های تولید، ریشه فرهنگی و مواد اولیه به کار رفته در آن تعریف می‌شود (Ghorbani, 2020). بنابه تعریف هیرویوکی (۲۰۱۱)، صنایع دستی که از آن به عنوان هنر - صنعت نیز یاد می‌شود فعالیتی است که در آن اشیاء تزئینی یا کاربردی با استفاده از ابزارهای ساده ساخته می‌شوند و سهم کار دستی صنعت‌گر در ساخت آن بیشتر است. اغلب صنایع دستی به معنی ساخت محصولات به‌صورت سنتی است و بنابراین محصولاتی که به صورت تولید انبوه و با ماشین ساخته می‌شوند جزء صنایع دستی محسوب نمی‌شوند (Hiroyuki, 2011).

صنایع دستی تبلور عینی فرهنگ و هنر است. صنایع دستی نتیجه تجسم هنرهای کاربردی و مردمی در قالب محصولاتی است که بازگوکننده خصوصیات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی منطقه تولیدکننده‌ی خود هستند. آن‌ها بازتاب‌دهنده فرهنگ و تمدن یک منطقه و هویت

آن است (Abisuga-Oyekunle & Fillis, 2017). صنایع دستی علاوه بر جنبه هنری، دارای جنبه کاربردی نیز هستند. این محصولات معمولاً برای استفاده در زندگی روزمره افراد ساخته می‌شوند و ترکیبی از زیبایی و کاربرد را به ارمغان می‌آورند. صنایع دستی نقش مهمی در حفظ و انتقال میراث فرهنگی دارد. آن‌ها ارتباطی حیاتی بین نسل‌های گذشته و آینده برقرار می‌کنند و از دست رفتن فنون و شیوه‌های تولید آن جلوگیری می‌کند. به طور کلی، صنایع دستی نمادی از میراث فرهنگی یک جامعه است و هنر و خلاقیت مردم آن منطقه را نشان می‌دهند (Omidi et al., 2015).

به‌طور کلی صنایع دستی شامل فعالیت‌هایی است که منجر به تغییر شکل فیزیکی و شیمیایی مواد مختلف می‌شود و آن‌ها را به محصولات جدیدی تبدیل می‌کند. این فعالیت‌ها ممکن است به صورت دستی یا با استفاده از دستگاه‌ها صورت گیرد و در منازل یا خارج از آن‌ها انجام شود. بافتنی، گلیم‌بافی، قالیبافی، سفالگری، نقاشی روی شیشه، حکاکی روی چوب، منبت‌کاری، ملیله‌دوزی، سوزن‌دوزی، تولیدات چرمی، ساخت زیورآلات و غیره بخشی از فعالیت‌های صنایع دستی می‌باشند (Asghari-Lafmajani et al., 2020). به نظر می‌رسد که صنایع دستی در ایران به عنوان یک حرفه مهم تاریخی شناخته می‌شود و تنوع و تعدد رشته‌های تولیدی در زمینه صنایع دستی، آن را به بزرگترین کشور جهان در این زمینه تبدیل کرده است. در حال حاضر بیش از ۲۵۶ رشته صنایع دستی در ایران وجود دارد و حدود ۲/۵ میلیون نفر به صورت مستقیم در این حوزه اشتغال دارند (Omidi et al., 2015). صنایع دستی ارتباط نزدیکی با هنر، فرهنگ و تمدن دارد و به دلیل ماهیت صنعتی خود، با مفاهیم اقتصادی نیز در ارتباط است. امروزه اقتصاد صنایع دستی در سطح جهانی به شهرت رسیده و جایگاه مناسبی را به دست آورده است. هم‌اکنون صنایع دستی در کشورهای ایران، چین و هند به عنوان سه قطب اصلی صنایع دستی در سطح جهان شناخته می‌شوند و به لحاظ تنوع و تعدد رشته‌های تولیدی در صنایع دستی برجسته هستند (Ismaili & Habibi, 2017).

رویکرد تغییرات اجتماعی

در حوزه جامعه‌شناسی، تغییرات اجتماعی به شیوه‌ها و الگوهای تحولات اجتماعی اشاره دارد که در طول زمان در جوامع انسانی رخ می‌دهند. این تغییرات می‌توانند در سطح کوچکتر نظیر خانواده‌ها و گروه‌های کوچک و همچنین در سطح بزرگتر نظیر جوامع محلی، ملی و بین‌المللی رخ دهند (McMichael & Weber, 2020). همچنین رویکرد تغییرات اجتماعی در جامعه‌شناسی بر آن است تا الگوها و روندهای تغییرات اجتماعی را شناسایی و توصیف کند. این شامل شناسایی تغییرات اجتماعی در سطوح مختلف از جمله ساختارهای اجتماعی، نظام‌ها، نقش‌ها، روابط اجتماعی، ارزش‌ها و اعتقادات است. علاوه بر آن، رویکرد تغییرات اجتماعی در جامعه‌شناسی بررسی تأثیرات تغییرات اجتماعی بر جوامع و افراد را نیز مورد توجه قرار می‌دهد. با این اوصاف رویکرد تغییرات اجتماعی رویکردی برای بررسی و تحلیل تغییراتی است که در جوامع انسانی رخ می‌دهد. این رویکرد به بررسی عوامل و فرایندهایی می‌پردازد که تغییر و تحول در ابعاد مختلف جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند. رویکرد تغییرات اجتماعی شامل ارتباطات، اقتصاد، فرهنگ، سیاست، فناوری و سایر جنبه‌های جامعه‌شناسی است (Haferkamp & Smelser, 1992). به عقیده سابلونیر (۲۰۱۷)، رویکرد تغییرات اجتماعی به دنبال درک علل و پیامدهای تغییرات اجتماعی است و سعی می‌کند عواملی که تغییرات را تحریک می‌کنند و نیروهایی که تغییرات را به وجود می‌آورند را شناسایی کند. همچنین، رویکرد تغییرات اجتماعی به بررسی نحوه تغییر و تحول در ساختارها، نظام‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی می‌پردازد (Sablonniere, 2017). با استفاده از رویکرد تغییرات اجتماعی می‌توان بهتر درک کرد که جوامع انسانی چگونه تغییر می‌کنند، چه عواملی این تغییرات را تحریک می‌کنند و چه تأثیراتی روی ابعاد مختلف جامعه دارند. این رویکرد امکان برنامه‌ریزی بهتر، پیش‌بینی تغییرات و درک عمیق‌تر جوامع و فرایندهای اجتماعی را فراهم می‌کند (Greenfield, 2016).

تعاریف تغییرات اجتماعی

بنابه تعریف مور (1972)، تغییر اجتماعی بیانگر تغییر در الگوهای رفتاری و فرهنگی است که دربردارنده‌ی ارزش‌ها و هنجارها می‌باشد (Moore, 1972). به عقیده گیدنز (1981)، تغییر اجتماعی به معنی تغییر در نهادهای اساسی جامعه طی یک دوره مشخص است (Giddens, 1981). همچنین روشه (1987)، می‌گوید تغییر اجتماعی، تغییر قابل مشاهده در طول زمان است که بر روی وظایف و ساختار سازمان‌های اجتماعی یک جامعه تأثیر می‌گذارد و جریان آن را متحول می‌سازد و تغییر آن کم‌دوام و موقتی نیست (Roche, 1987). به‌طور کلی با توجه به تعاریف مختلف ارائه‌شده از تغییر اجتماعی در متون جامعه‌شناسی، می‌توان پی برد که اغلب نویسندگان در تعاریف خود به تغییر ساختاری و تغییر در الگوی مناسبات و روابط بین خرده نظام‌های مختلف و کنشگران که سازنده جامعه هستند تأکید دارند (Dutta, 2011). به عنوان مثال مکینیس و همکاران (2004)، تغییر اجتماعی را تحول در الگوهای رفتار و اندیشه و تحول در سازمان جامعه در طول زمان می‌داند. همچنین به عقیده پرسل (1983)، تغییر اجتماعی بیانگر تحول یا اصلاح در جامعه به صورت سازمان‌یافته است (Purcell, 1983).

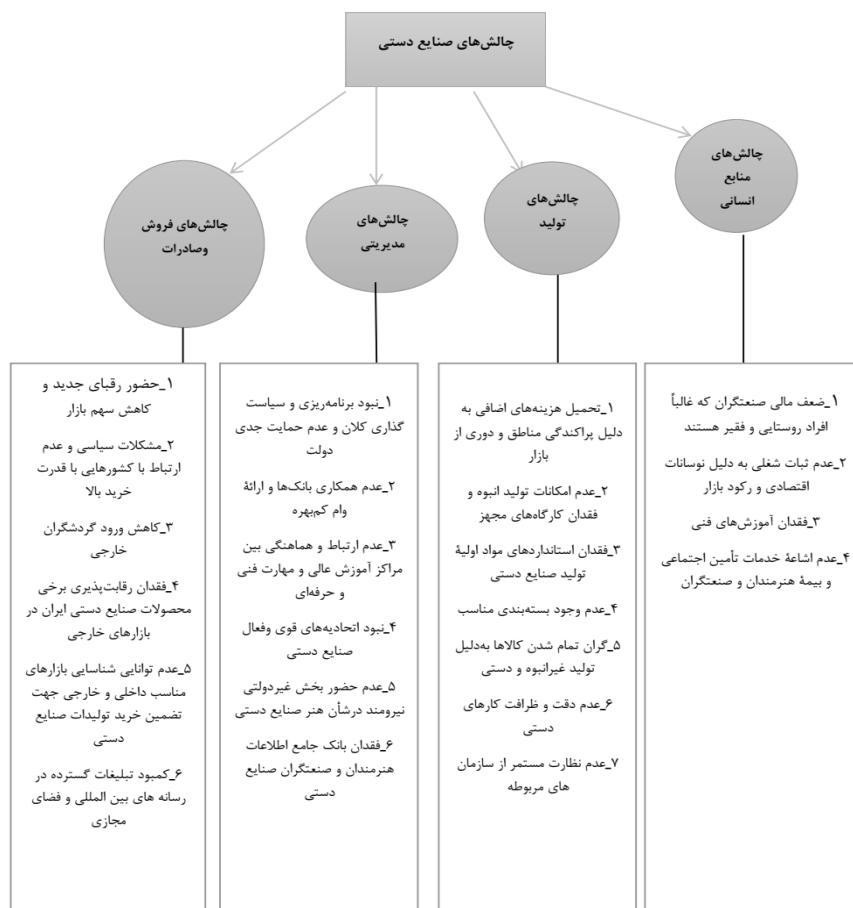
بنابه تعریف مارسلا (2015)، تغییر اجتماعی بر تغییر در روابط میان افراد، سازمان‌ها، گروه‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها در طول زمان دلالت دارد (Marcelia, 2015) و به عقیده مک‌لود و تامسون (2009)، تغییرات اجتماعی با تغییر در الگوهای رفتاری، ساختارها، نهادها و روابط اجتماعی در طول زمان مشخص می‌شود (McLeod & Thomson, 2009). واگو و همکاران (2017)، در انضمامی‌ترین تعریف از تغییر اجتماعی بیان کرده است که در تغییر اجتماعی بخش عظیمی از افراد جامعه در روابط و فعالیت‌هایی درگیر می‌شوند که با فعالیت‌ها و روابطی که والدین آن‌ها درگیر بوده‌اند تفاوت دارد (Vago et al., 2017). با توجه به تعریفی که ارائه شده است، تغییر اجتماعی به معنای تفاوت یا تمایز نسلی است که در زمینه‌ی جامعه‌شناسی نسلی مورد بحث قرار می‌گیرد. علاوه بر این تعریف، واگو به تعاریف دیگری از تغییر اجتماعی که سایر متفکران اجتماعی به کار برده‌اند اشاره می‌کند. او معتقد است که گروهی از جامعه‌شناسان به تغییر در ساختار جامعه اشاره دارند.

مشکلات صنایع دستی بر مبنای رویکرد تغییرات اجتماعی

صنایع دستی به عنوان بخشی از فرهنگ و هویت یک جامعه، قابلیت تأثیرگذاری عمیقی در جامعه دارد و در عین حال تحت تأثیر تغییرات اجتماعی قرار می‌گیرد. صنایع دستی اغلب با مهارت‌ها، دانش‌ها و الگوهای فرهنگی یک جامعه مرتبط است (Ghanbari et al., 2023). این صنایع می‌توانند هویت فرهنگی را حفظ و ارتقاء دهند و به نمایش بگذارند. تغییرات اجتماعی ممکن است باعث تغییر در ارزش‌ها، الگوها و نیازهای فرهنگی شود. در این مواقع، صنایع دستی می‌توانند به عنوان یک واسطه فرهنگی عمل کنند و در حفظ و ارتقاء هویت فرهنگی جامعه نقشی فعال داشته باشند (Yang et al., 2018). از طرفی تغییرات اجتماعی می‌تواند باعث تغییر در عادات و سلیقه‌های مردم شود. این تغییرات می‌تواند به کاهش تقاضا برای محصولات صنایع دستی سنتی و تمرکز روی محصولات صنعتی یا مدرن‌تر و در نتیجه کاهش فروش و درآمد صنایع دستی و کاهش توسعه آن‌ها منجر شود. در این راستا قنبری و همکاران (1402)، مهم‌ترین چالش‌های حوزه صنایع دستی را در قالب شکل زیر تبیین کرده‌اند (Ghanbari et al., 2023).

شکل ۱

چالش‌های صنایع دستی (Ghanbari et al., 2023)



بنظر می‌رسد تغییرات اجتماعی، به خصوص در زمینه فرهنگ مصرفی، می‌تواند چالش‌هایی را برای رشته صنایع دستی در حوزه رقابت با صنایع بزرگتر و صنعتی ایجاد کند. با افزایش تولیدات صنعتی و ورود محصولات ارزان قیمت به بازار، صنایع دستی با مشکلاتی روبرو می‌شود و قدرت رقابتی صنایع دستی به دلیل محدودیت‌های تولید و مقیاس کوچک‌تر آن‌ها نسبت به صنایع بزرگتر کاهش می‌یابد (Dash & Mishra, 2021). همچنین تغییرات اجتماعی باعث به کارگیری تکنولوژی و روش‌های اتوماسیون در صنایع تولیدی می‌شود. این موضوع می‌تواند به کاهش نیاز به دست‌سازها و محصولات هنری دستی منجر شود. در نتیجه ممکن است صنایع دستی بخشی از بازار خود را از دست دهد (Redzuan & Aref, 2011). بر اساس مطالعه هاگ و تالوار (۲۰۱۶)، تغییرات اجتماعی نیاز به آموزش و توسعه مهارت‌های جدید را افزایش می‌دهد و این امر در حوزه صنایع دستی نیز مشهود است. به عنوان مثال، با توجه به تغییر در عادات مصرف و نیاز به محصولات مدرن‌تر، صنعتگران صنایع دستی باید به روزرسانی مهارت‌ها و آموزش جدید را تجربه کنند تا بتوانند بازار را جذب کنند (Haugh & Talwar, 2016).

در حوزه رویکرد تغییرات اجتماعی و رکود اقتصادی صنایع دستی پژوهش‌های چندانی تاکنون صورت نگرفته است و محدود پژوهش‌های صورت گرفته به موانع و مشکلات موجود در حوزه صنایع دستی پرداخته‌اند. از جمله نتایج این پژوهش‌ها می‌توان به مواردی از آن‌ها اشاره نمود.

تافوما و همکاران (۲۰۲۴) در مقاله‌ای با عنوان "نقش گردشگری خلاق از طریق هنر و صنایع دستی در توسعه گردشگری در زیمبابوه" بیان کردند که وقتی هنرهای تجسمی و صنایع دستی به خوبی مدیریت شوند، پتانسیل بالایی در ترویج گردشگری فراگیر از طریق

کاهش فقر و بهبود معیشت جوامع حاشیه‌نشین دارند. با این حال، هنرمندان در تولید هنر و صنایع دستی با چالش‌هایی مواجه هستند که شامل کمبود سرمایه، کمبود فضای تولید، کمبود بازاریابی، رقابت محصولات سایر کشورها و عدم حمایت دولت و سازمان‌های گردشگری محلی می‌باشد (Tapfuma et al., 2024).

شهاب و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهش خود به بررسی "دیدگاه‌های صنایع دستی و کاهش صنایع دستی محلی در پاکستان" پرداختند و بیان کردند که رابطه پیچیده‌ای بین شباهت محصولات صنعتی مدرن و کاهش صنایع دستی سنتی بومی وجود دارد. عواملی که در این کاهش نقش دارند شامل کمبود زیرساخت، تغییر به سمت مشاغل دیگر، زیرساخت‌های ناکافی، تولید کمتر و کمرنگ شدن علاقه در نسل‌های جوان است. همچنین فرصت‌های بازاریابی محدود و عدم شناخت کار در این زمینه دخیل است (Shahab et al., 2024).

آریفین و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهش خود با عنوان "نوآوری‌های صنایع دستی، رویکرد استراتژیک برای حفظ میراث فرهنگی ناملموس در مالزی" نشان دادند که صنایع دستی در مالزی به دلایل متعدد از قبیل کمبود مواد اولیه تولید، افزایش هزینه‌های تولیدی، کمبود مهارت و محدودیت‌های مصرفی با خطر نابودی مواجه است و در این راستا استفاده از نوآوری در تولید به صورت نوآوری در نقوش، مواد، تکنیک‌ها و کاربردها اثرگذار است. همچنین کاربرد نوآوری ملزوم حفظ اصالت سنتی صنایع است (Ariffin et al., 2023).

باو و همکاران (۲۰۲۳)، پژوهشی با عنوان "کاوش مسیر توسعه صنایع دستی و فرهنگ سنتی در پس‌زمینه اقتصاد دیجیتال" انجام دادند که یافته‌های بدست آمده نشان می‌دهد که کارگاه‌ها قادر نیستند صنایع دستی سنتی را با فناوری‌های پیشرفته و اقتصاد دیجیتال کارآمد ترکیب کنند و در این زمینه آگاهی کافی از برند و نام تجاری و تبلیغات وجود ندارد. در این راستا بهبود ظرفیت نوآوری، مداخلات دولت، جذب استعدادهای فعال و ایجاد زنجیره صنعت فرهنگی منحصربه‌فرد در راستای ارزش‌های فرهنگی مؤثر است (Bao et al., 2023).

تالاگاتی و همکاران (۲۰۲۲)، در مطالعه‌ای با عنوان جهت‌گیری کارآفرینی در صنایع دستی بالی به شیوه کیفی به این نتیجه دست یافتند که صنعت‌گران صنایع دستی با چالش‌های جدی در حوزه کارآفرینی مواجه‌اند و حل این مشکلات به تلاش مشترک بخش دانشگاه، تجارت و دولت نیاز دارند. این چالش‌ها شامل سرمایه ناکافی و آموزش ضعیف است که موجب عدم دستیابی به نتایج مورد انتظار می‌شوند (Telagawathi et al., 2022).

واندیراد و همکاران (۲۰۲۲)، مطالعه‌ای را با عنوان شیوه‌ها و چالش‌های توسعه صنایع دستی به عنوان هسته اصلی تولیدات گردشگری، به شیوه کیفی انجام داده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان داد علیرغم اینکه جوامع بومی تولید صنایع دستی را برای مدت طولانی انجام می‌دهند، اما همچنان بر استراتژی‌های تولید، بازاریابی و توزیع قدیمی متکی هستند و همچنین ذینفعان صنایع دستی در حمایت و توانمندسازی کافی صنعتگران ناکام هستند. این موانع ارتباط بین بخش‌های صنایع دستی و گردشگری را محدود می‌کند و مانع توسعه بخش صنایع دستی می‌شود (Wondirad et al., 2022).

قنبری و همکاران (۱۴۰۲)، استراتژی‌ها، راهبردها، چالش‌ها و پیامدهای صنایع دستی مبتنی بر توسعه گردشگری با استفاده از روش داده‌بنیاد را بررسی کرده‌اند. بر اساس نتایج مشارکت روستاییان، هنرمندان و صنعتگران به شدت به حمایت دولت وابسته است. به عنوان مثال، واردات تجهیزات کارگاهی جدید و متنوع، نیازمند تسهیلات بانکی و مالی است که به حمایت سازمان‌های فرهنگی دولتی و نیمه‌دولتی نیاز دارد. همچنین، ایجاد یک سامانه جامع و تخصصی در حوزه صنایع دستی، یکی از نیازهای اساسی در این حوزه است که به رشد فرهنگی، رشد اقتصادی، تقویت هنر و کاهش بیکاری در کشور منجر خواهد شد (Ghanbari et al., 2023).

دادور و همکاران (۱۴۰۱)، به صورت کیفی به آسیب‌شناسی صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌ها بزرگ‌ترین آسیب‌های صادرات صنایع دستی ایران در ۴ مضمون اصلی تحریم‌های داخلی علیه صنایع دستی، ددرسهای تحریمی،

بازرگانی حلقه گمشده صادرات و دوگانه سنتی و مدرن خلاصه می‌شود. مشکلات در مضمون اول به سه گروه مدیریت ضعیف، قانون گذاری به مثابه تحریم و ضعف نهاد متولی تقسیم می‌شود. در مضمون دوم به تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم تحریم‌های خارجی در دو گروه نیمه پر لیوان تحریم و نیمه خالی آن و در مضمون سوم به آثار فقدان وجود بازرگانان متخصص توجه شده است. در نهایت مضمون چهارم نگاهی دارد به شخصیت هنرمند و محصول تولیدی او در کشمکش دوگانه سنتی و مدرن (Dadvar et al., 2022).

عبدالمنافی و همکاران (۱۴۰۰)، نقش تحریم‌های اقتصادی بر تأمین مالی ارزی از طریق صادرات فرش دستبافت در حوزه منافع اقتصادی فردی را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که تحریم‌های اقتصادی در زمینه منافع اقتصادی فردی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و ابعاد زیست محیطی صنعت فرش از دید تأمین‌کنندگان صنایع دستی تأثیر می‌گذارد (Abdolmanafi et al., 2021).

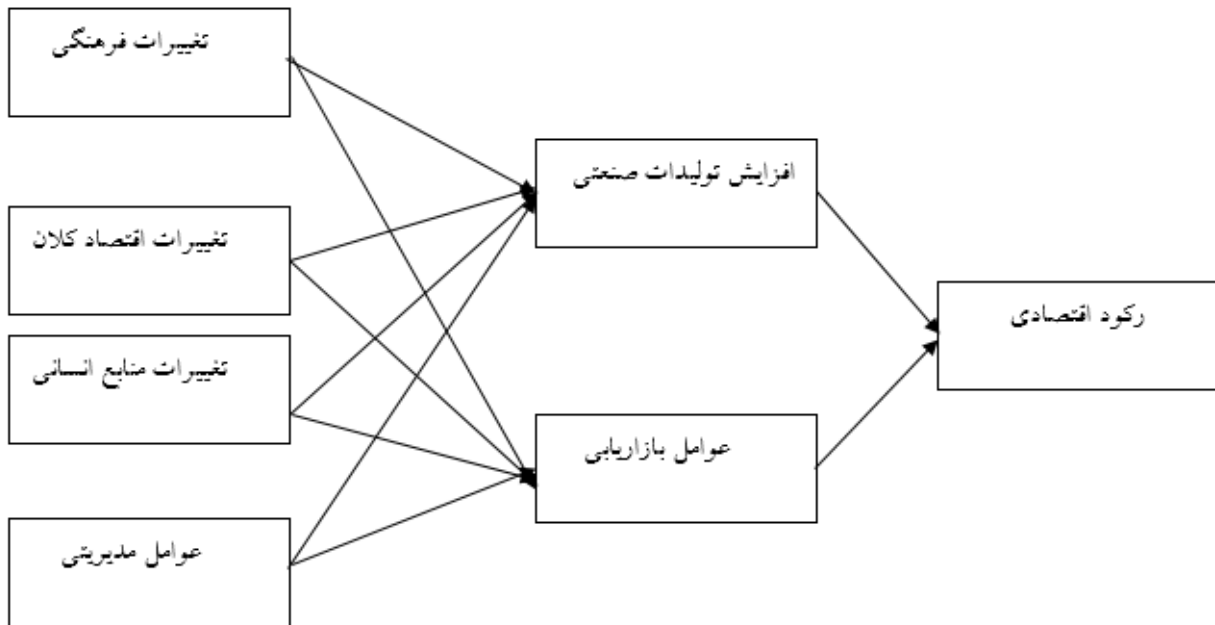
بوزرجمهری و همکاران (۱۳۹۶)، به بررسی چالش‌ها و موانع توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی صنعت پوستین‌دوزی در شاندیز پرداخته‌اند. این مطالعه به شیوه توصیفی تحلیلی انجام شده است و نتایج آن نشان می‌دهد که مهم‌ترین موانع و مشکلات این صنعت شامل مشکلات فروش و بازاریابی و عدم درآمد کافی، نبود کارخانه‌های دباغی پوست در منطقه، تغییرات اقلیمی، تغییرات فرهنگی و واردات محصولات چینی و عدم حمایت کافی دولت از این حرفه است (Mozarjomehri et al., 2017).

در مقاله‌ای تحت عنوان "واکوی چالش‌های فراروی صنعت سفال لالجین" افروخته و همکاران به این نتیجه دست یافتند که مشکلات مربوط به تجهیز منابع و مواد اولیه، مشکلات ساختاری و زیربنایی، مشکلات فنی و تکنولوژی، مشکلات مربوط به تبلیغات و اطلاع‌رسانی، مشکلات حقوقی و قانونی، مشکلات مالی و اعتباری، مشکلات اجرایی و مدیریتی، مشکلات آموزشی و ترویج و تحقیق از مهمترین چالش‌های فراروی صنعت سفال لالجین به شمار می‌روند (Afroukhteh et al., 2016).

با توجه به آن‌چه مطرح گردید و بررسی پیشینه پژوهش مشخص می‌گردد که تاکنون پژوهشی که به صورت همزمان به بررسی رابطه تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی و تغییرات منابع انسانی و رکود اقتصادی صنایع دستی با نقش میانجی عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی بپردازد، صورت نگرفته است. لذا پژوهش حاضر با توجه به موارد اشاره شده، مدلی از روابط بین تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی و تغییرات منابع انسانی، عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی با رکود اقتصادی صنایع دستی را در نظر گرفته است. در مدل مفهومی ارائه شده عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی در رابطه تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی و تغییرات منابع انسانی با رکود اقتصادی صنایع دستی نقش میانجی ایفا می‌کنند:

مدل مفهومی اثر تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی و تغییرات منابع انسانی بر رکود اقتصادی صنایع دستی با تأکید بر نقش میانجی عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات

صنعتی



فرضیه‌های پژوهش

در راستای هدف پژوهش و با توجه به مدل مفهومی و مبانی تئوریک ذکر شده فرضیه‌های زیر مطرح و آزمون شد:

- ۱- تغییرات فرهنگی به واسطه عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.
- ۲- تغییرات فرهنگی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.
- ۳- تغییرات اقتصاد کلان به واسطه عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.
- ۴- تغییرات اقتصاد کلان به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.
- ۵- تغییرات منابع انسانی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.
- ۶- تغییرات منابع انسانی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.
- ۷- عوامل مدیریتی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.
- ۸- عوامل مدیریتی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی بر رکود اقتصادی صنایع دستی تأثیر معناداری دارد.

روش‌شناسی

مطالعه حاضر از نظر هدف کاربردی و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این

پژوهش شامل کلیه هنرمندان و صنعتگران حوزه صنایع دستی در شهر شیراز در بازه زمانی ۱۴۰۲ تا ۱۴۰۳ بودند. حجم نمونه بر اساس جدول

کوکران تعداد ۳۸۴ نفر محاسبه شد و پرسشنامه‌ها بر اساس روش نمونه‌گیری در دسترس توزیع گردید. از این تعداد شرکت‌کنندگان در پژوهش

۱۵۵ نفر معادل با (۴۰/۴٪) مرد و ۲۰۹ نفر معادل با (۵۹/۶٪) زن بودند. همچنین، در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات از روش تحلیل آماری با استفاده از نرم افزار اجتماعی SPSS و Smart PLS استفاده شده است.

ابزارهای اندازه‌گیری

الف) رکود اقتصادی صنایع دستی: به منظور اندازه‌گیری رکود اقتصادی در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که مشتمل بر ۵ گویه می‌باشد و به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. ضریب آلفای کرونباخ این مقیاس ۰/۸۲۶ توسط محقق برآورد شد.

ب) رویکرد تغییرات اجتماعی: به منظور اندازه‌گیری رویکرد تغییرات اجتماعی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که مشتمل بر ۳۳ گویه که شامل زیر مقیاس‌های تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی، تغییرات منابع انسانی، عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی می‌باشد و به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. ضریب آلفای محاسبه شده در این پژوهش برابر ۰/۹۵۷ است.

یافته‌ها

برای تعیین میانگین متغیرهای رویکرد تغییرات اجتماعی (تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی، تغییرات منابع انسانی، عوامل بازاریابی، افزایش تولیدات صنعتی) و رکود اقتصادی صنایع دستی از آمار توصیفی میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای پژوهش از نرم افزار SPSS استفاده شد (جدول ۱). در جامعه مورد مطالعه میانگین تغییرات اقتصاد کلان ($M = 3/52$) در یک بازه ۵ درجه‌ای نشان می‌دهد که هنرمندان و صنعتگران حوزه صنایع دستی تغییرات اقتصاد کلان را بالاتر از سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. الگوی مشابهی در مورد سایر متغیرها مشاهده می‌شود. رکود اقتصادی صنایع دستی با تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی، تغییرات منابع انسانی، عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی رابطه معنادار و در جهت نظری دارد. شدت رابطه رکود اقتصادی صنایع دستی با عوامل بازاریابی بیشتر از سایر متغیرها است ($r = 0.519, p \leq .05$). رکود اقتصادی صنایع دستی با تغییرات فرهنگی رابطه معناداری دارد ($r = 0.499, p \leq .05$). همچنین رکود اقتصادی صنایع دستی با تغییرات اقتصاد کلان رابطه معناداری دارد ($r = 0.294, p \leq .05$). رکود اقتصادی صنایع دستی با افزایش تولیدات صنعتی رابطه معناداری دارد ($r = 0.370, p \leq .05$). همچنین رکود اقتصادی صنایع دستی با تغییرات منابع انسانی رابطه معناداری دارد ($r = 0.353, p \leq .05$). درنهایت، رکود اقتصادی صنایع دستی با عوامل مدیریتی رابطه معناداری دارد ($r = 0.137, p \leq .05$).

جدول ۱

میانگین، انحراف استاندارد و ضریب همبستگی متغیرها

عامل	میانگین	انحراف استاندارد	رکود اقتصادی	تغییرات فرهنگی	تولیدات صنعتی	تغییرات اقتصاد کلان	منابع انسانی	عوامل بازاریابی
رکود اقتصادی	۳/۰۴	۱/۰۳	۱					
تغییرات فرهنگی	۲/۹۷	۰/۹۵	**۴۹۹۰/	۱				
افزایش تولیدات صنعتی	۳/۰۸	۰/۹۴	**۳۷۰۰/	**۶۵۳۰/	۱			
تغییرات اقتصاد کلان	۳/۵۲	۰/۸۹	**۲۹۴۰/	**۶۲۱۰/	**۶۴۸۰/	۱		
تغییرات منابع انسانی	۳/۴۶	۰/۹۸	**۳۵۳۰/	**۵۵۷۰/	**۶۷۰۰/	**۶۷۵۰/	۱	
عوامل بازاریابی	۲/۹۷	۱/۰۲	**۵۱۹۰/	**۳۲۲۰/	**۳۷۲۰/	**۲۹۶۰/	**۳۶۴۰/	۱
عوامل مدیریتی	۳/۲۰	۰/۸۵	**۱۳۷۰/	**۳۰۱۰/	**۳۰۶۰/	**۳۰۶۰/	**۲۱۱۰/	**۳۸۱۰/

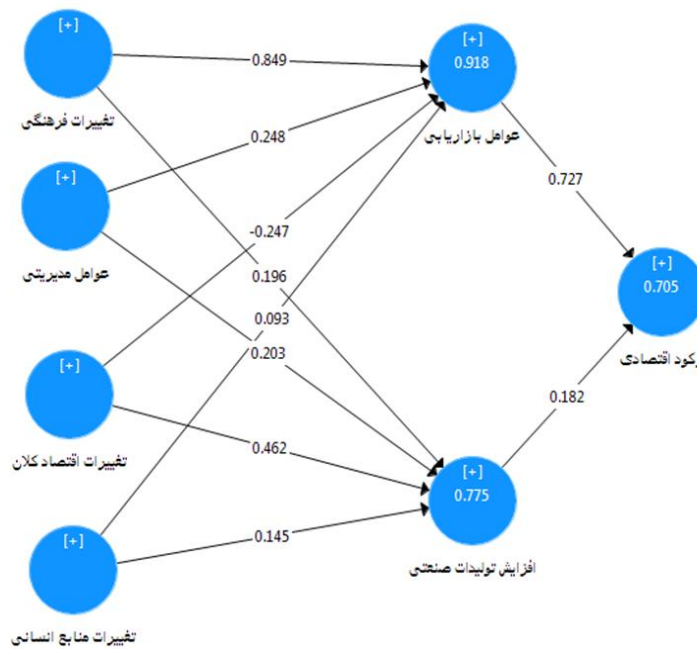
**P<۰/۰۰۱ *P<۰/۰۵

در نهایت، فرضیات و شاخص‌های برازش مدل بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری بر پایه روش حداقل مربعات جزئی بررسی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

شکل ۳

مدل نهایی اثر تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی، تغییرات منابع انسانی بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی

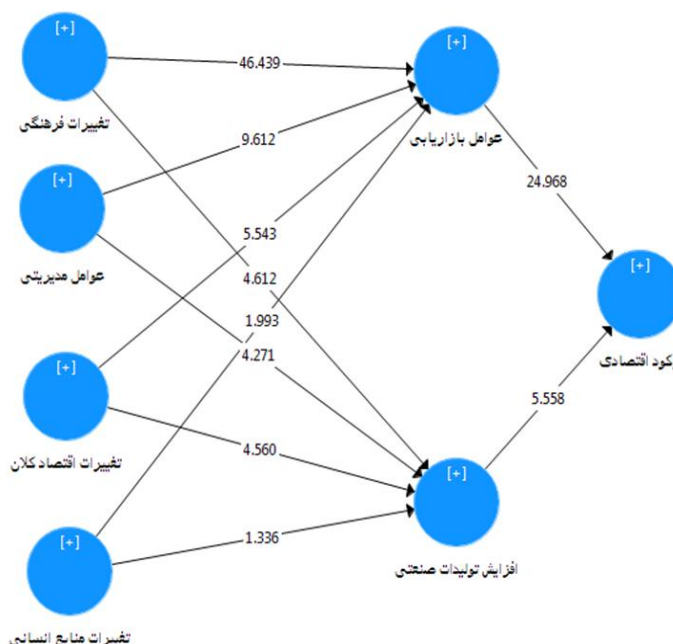
تولیدات صنعتی



شکل ۴

مدل نهایی اثر تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل مدیریتی، تغییرات منابع انسانی بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی

تولیدات صنعتی



جدول ۲

نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش

مسیر	ضریب	آماره t	سطح معناداری	نتیجه فرضیه
تغییرات فرهنگی - عوامل بازاریابی - رکود اقتصادی	۰/۶۱۷	۲۲/۳۰۹	۰/۰۰۱	تایید
تغییرات فرهنگی - افزایش تولیدات صنعتی - رکود اقتصادی	۰/۰۳۶	۴/۴۷۲	۰/۰۰۱	تایید
تغییرات اقتصاد کلان - عوامل بازاریابی - رکود اقتصادی	-۰/۱۸۰	۵/۳۱۲	۰/۰۰۱	تایید
تغییرات اقتصاد کلان - افزایش تولیدات صنعتی - رکود اقتصادی	۰/۰۸۴	۴/۰۶۴	۰/۰۰۱	تایید
تغییرات منابع انسانی - عوامل بازاریابی - رکود اقتصادی	۰/۰۶۸	۱/۹۸۶	۰/۰۰۱	تایید
تغییرات منابع انسانی - افزایش تولیدات صنعتی - رکود اقتصادی	۰/۰۲۶	۱/۲۱۹	۰/۰۰۱	رد
عوامل مدیریتی - عوامل بازاریابی - رکود اقتصادی	۰/۱۸۰	۹/۰۰۹	۰/۰۰۱	تایید
عوامل مدیریتی - افزایش تولیدات صنعتی - رکود اقتصادی	۰/۰۳۷	۲/۸۳۹	۰/۰۰۱	تایید

در نهایت، برای بررسی برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری را کنترل میکند، معیار GOF با استفاده از رابطه ۱ محاسبه شد. وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده اند. با در نظر گرفتن این معیارها شاخص نیکویی برازش مدل نمونه مورد بررسی ۰/۷۰۷ می باشد که نشان دهنده برازش قوی مدل کلی است.

نتایج آزمون فرضیات پژوهش در جدول شماره ۲ گزارش شده است. در مدل نهایی تغییرات فرهنگی با میانجی‌گری عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی اثر غیرمستقیم و معناداری دارد؛ تغییرات فرهنگی با میانجی‌گری افزایش تولیدات صنعتی اثر غیرمستقیمی بر رکود اقتصادی صنایع دستی دارد. تغییرات متابع انسانی با میانجی‌گری عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی اثر غیرمستقیم و معناداری دارد؛ تغییرات متابع انسانی با میانجی‌گری افزایش تولیدات صنعتی اثر غیرمستقیمی بر رکود اقتصادی صنایع دستی ندارد. عوامل مدیریتی با میانجی‌گری عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی اثر غیرمستقیم و معناداری دارد؛ همچنین عوامل مدیریتی با میانجی‌گری افزایش تولیدات صنعتی اثر غیرمستقیمی بر رکود اقتصادی صنایع دستی دارد. در نهایت تغییرات اقتصاد کلان با میانجی‌گری عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی اثر غیرمستقیمی بر رکود اقتصادی صنایع دستی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این مطالعه شناسایی علل رکود اقتصادی صنایع دستی بر اساس رویکرد تغییرات اجتماعی بود. در این راستا ابتدا محقق با مطالعه و بررسی پژوهش‌های مختلف ابعادی را شناسایی نمود تا معرف رویکرد تغییرات اجتماعی باشند. این ابعاد شامل تغییرات فرهنگی، تغییرات منابع انسانی، تغییرات اقتصاد کلان، افزایش تولیدات صنعتی، تغییرات مدیریتی و تغییرات بازاریابی بود. در ادامه به منظور بررسی ارتباط این متغیرها با رکود اقتصادی صنایع دستی فرضیه‌ها و سؤالاتی مطرح شد. بدین ترتیب متغیرهای تغییرات فرهنگی، تغییرات منابع انسانی، تغییرات اقتصاد کلان و تغییرات مدیریتی به عنوان متغیرهای مستقل، دو متغیر تغییرات بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی به عنوان متغیرهای میانجی و عامل رکود اقتصادی صنایع دستی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد. در نهایت نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه، نشان داد که تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، تغییرات منابع انسانی و تغییرات مدیریتی که ناشی از رویکرد تغییرات اجتماعی هستند با رکود اقتصادی صنایع دستی ارتباط معناداری دارند. همچنین متغیرهای تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان و تغییرات مدیریتی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی و تغییرات بازاریابی با رکود اقتصادی صنایع دستی ارتباط غیرمستقیم و معناداری دارند. به عبارتی مجموعه این شرایط علل اصلی بروز رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز محسوب می‌شوند. در مجموع می‌توان گفت علل رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز به عوامل متعددی همچون تغییر سبک زندگی مردم از سنتی به مدرن، تغییر سلیق و ترجیحات مشتریان ناشی از نفوذ نموده‌های فرهنگی جدید، عدم گرایش جوانان برای آموزش و فعالیت در حوزه صنایع دستی، تغییر در الگوی مصرف و افزایش گرایش مردم به مصرف محصولات صنعتی و وارداتی، افزایش تولیدات انبوه و ماشینی کالاهای هنری و جایگزین شدن فناوری و ماشین‌آلات به جای انسان، فقدان سرمایه‌گذاری مطلوب و کمبود کارآفرینی در حوزه صنایع دستی، افزایش تورم و نوسانات نرخ ارز، مشکلات مالیاتی و بیمه صنعت‌گران و هنرمندان، بحران‌های اقتصادی و کاهش قدرت خرید عموم مردم برای خرید محصولات صنایع دستی، دشواری آموزش و انتقال مهارت‌های صنایع دستی به نسل جوان، تمایل صنعتگران و هنرمندان به تولید محصولات صنعتی به جای دستی، عدم تسلط هنرمندان و صنعتگران حوزه صنایع دستی بر دانش و استراتژی‌های بازاریابی نوین و ناتوانی آن‌ها در رقابت در بازارهای محلی و بین‌المللی، طراحی ضعیف و بسته‌بندی نامناسب محصولات صنایع دستی، تغییرات پی در پی مدیریتی در سازمان‌های تصمیم‌گیرنده در حوزه صنایع دستی، فقدان برنامه‌ریزی مطلوب و عدم حمایت مسئولان و متولیان صنایع دستی و اشباع بازار داخلی با محصولات کپی‌برداری‌شده توسط چینی‌ها مربوط می‌شود. مجموعه این عوامل به نوعی از رویکرد تغییرات اجتماعی ناشی می‌شوند و بر چالش‌ها و مشکلات حوزه صنایع دستی می‌افزایند.

مدل ارائه شده در این پژوهش با محدودیت‌هایی رو به رو است. از آنجایی که پژوهش حاضر بر روی جامعه آماری مشخص و با هدف ویژه‌ای صورت گرفته است، لذا باید در تعمیم یافته‌های آن به سایر مناطق و در مقاطع زمانی مختلف، احتیاط کرد. بنابراین توصیه می‌شود در

تحقیقات آینده، پژوهش کیفی در زمینه شناسایی راهکارهای برطرف نمودن مشکلات حوزه صنایع دستی با انجام مصاحبه میدانی با فعالان و صنعتگران مورد آزمون قرار گیرد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Abdolmanafi, S., Naghaabi, A. K., Majd-Ameli, M., Izadi, S., & Pahlavani, R. (2021). The impact of economic sanctions on foreign currency financing through the export of handwoven carpets in the realm of economic interests. *Financial Economics*, 15(4), 87-106.
- Abisuga-Oyekunle, O. A., & Fillis, I. R. (2017). The role of handicraft micro-enterprises as a catalyst for youth employment. *Creative Industries Journal*, 10(1), 59-74. <https://doi.org/10.1080/17510694.2016.1247628>
- Afroukhteh, H., Armand, M., & Atri, Z. (2016). Analyzing the challenges facing the pottery industry in Lalejin using grounded theory. *Geography and Regional Development*, 14(1), 89-114.
- Ansari, A., & Kupal, A. (2022). Investigating the factors influencing the presence of Iranian handicrafts in international exhibitions. *Shabak*, 8(6), 51-60.
- Ariffin, W. J. W., Shahfiq, S., Ahmad, F., Ibrahim, A., & Ghazalli, F. S. (2023). Handicraft Innovations: A Strategic Approach to Preserving Intangible Cultural Heritage of Malaysia. *ISVS e-journal*, 10(7), 137-146.
- Asghari-Lafmajani, S., Masoumi, M., & Norouzi, N. (2020). Limitations faced by women producers of handicrafts in the villages of Iranshahr County. *Rural Development Strategies*, 7(3), 303-322.
- Ataei-Pour, F. (2019). *The role of handicrafts in the development of urban tourism in Shiraz* (Master's thesis, Islamic Azad University, Marvdasht).
- Bao, N., Liu, J., Liu, Y., & Yang, J. (2023). Exploring the Development Path of Traditional Culture Handicraft Industry Under the Background of Digital Economy. In International Conference on Business and Policy Studies,
- Dadvar, A. Q., Afzal-Tusi, I., & Pezeshkzadeh, M. (2022). Pathology of handicraft exports from Iran under sanctions. *Jalveh Honar*, 14(3), 7-20.
- Dash, M., & Mishra, B. B. (2021). Problems of handicraft artisans: an overview. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 9(5), 29-38. <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0905004>
- Dutta, M. J. (2011). *Communicating social change*. New York, NY: Structure, Culture and Agency. <https://doi.org/10.4324/9780203834343>

- Fan, K. K., & Feng, T. T. (2019). Discussion on sustainable development strategies of the traditional handicraft industry based on su-style furniture in the ming dynasty. *Sustainability*, 11(7), 2008. <https://doi.org/10.3390/su11072008>
- Ghanbari, A., Azizabadi-Farahani, F., Rezaei, A. K., & Salehi-Amiri, R. (2023). Strategies, approaches, challenges, and consequences of handicrafts based on tourism development using a grounded theory approach. *Cultural Tourism*, 4(14), 18-29.
- Ghorbani, F. (2020). *Identifying and analyzing entrepreneurial opportunities in the handicraft industry of Shushtar County* (Master's thesis, University of Science and Art)].
- Ghouse, S. M. (2017). Export challenges to MSMEs: A case study of Indian handicraft industry. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(10), 339-349.
- Giddens, A. (1981). *Time and space in social theory* (Vol. 20).
- Greenfield, P. M. (2016). Social change, cultural evolution, and human development. *Current opinion in psychology*, 8, 84-92. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.012>
- Haferkamp, H., & Smelser, N. J. (1992). *Social change and modernity* (Vol. 19). Berkeley: University of California Press.
- Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133, 643-658. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2449-4>
- Hiroiyuki, Y. (2011). *The value of craft products development for pro-poor tourism growth in Bhaktapur, Nepal*.
- Ismaili, M. R., & Habibi, M. (2017). Designing a strategic marketing model for handicrafts based on grounded theory. *Modern Marketing Research*, 7(2), 93-114.
- Karimi, S. (2021). Reconceptualizing training skills for sustainable development in the content and methods of higher education in handicrafts. *Rahpouyeh of Industrial Arts*, 1(2), 87-101.
- Marcelia, M. (2015). *The Social Changes in America as Reflected in Head of State Movie* (Doctoral dissertation, Diponegoro University)].
- McLeod, J., & Thomson, R. (2009). *Researching social change: Qualitative approaches*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9780857029010>
- McMichael, P., & Weber, H. (2020). *Development and social change*. Sage Publications.
- Moore, S. F. (1972). Law and social change: the semi-autonomous social field as an appropriate subject of study. *Law & Society Review*, 7, 719.
- Mozarjomehri, K., Sahabi, S., & Mehrgan-Majd, J. (2017). Examining the challenges and barriers to entrepreneurship and job creation in the skinning industry in Shandiz. First Conference on Ideas and New Technologies in Geographic Sciences,
- Omidi, N., Omidi, M. R., & Mohammadi, E. (2015). Identifying and examining the barriers to the development of the domestic market for handicrafts in Ilam Province. *Cultural Studies of Ilam*, 16(48), 132-146.
- Oyekunle, O. A., & Sirayi, M. (2018). The role of design in sustainable development of handicraft industries. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 10(4), 381-388. <https://doi.org/10.1080/20421338.2018.1461968>
- Paas, K., & Palojoki, P. (2019). Aims and challenges of handicraft and home economics education in Estonia. *International Journal of Consumer Studies*, 43(3), 289-297. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12509>
- Paliwal, S., & Sharma, M. (2023). Exploring the Influence of Sustainable Tourism on the Growth of the Handicraft Sector: A Socio-Demographic Study of Rajasthan. *International Management Review*.
- Pourghali, I., & Mahdavi-Nasr, H. (2011). Examining the relationship between socio-cultural changes and changes in the level of social harms in Lorestan Province. Silent Invasion Conference,
- Purcell, E. A. (1983). Social thought. *American Quarterly*, 35(1/2), 80-100. <https://doi.org/10.2307/2712713>
- Ramadan-Zadeh, M. L., & Zal, M. H. (2015). Analyzing the characteristics of handicrafts in the context of cultural heritage tourism development. *Spatial Planning*, 5(4), 87-102.
- Redzuan, M., & Aref, F. (2011). Constraints and potentials of handicraft industry in underdeveloped region of Malaysia. *African journal of business management*, 5(2), 256.
- Roche, M. (1987). Citizenship, social theory, and social change. *Theory and Society*, 363-399. <https://doi.org/10.1007/BF00139487>
- Sablonniere, R. (2017). Toward a psychology of social change: A typology of social change. *Frontiers in psychology*, 8, 397. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00397>
- Shahab, S., Nawab, H. U., & ul Mulk, J. (2024). Crafting Perspectives: Decline of Local Handicrafts in Chitral District, Khyber Pakhtunkhwa. *Pakistan Social Sciences Review*, 8(1), 01-16. [https://doi.org/10.35484/pssr.2024\(8-I\)01](https://doi.org/10.35484/pssr.2024(8-I)01)
- Soltani, S., & Karami, R. (2022). Psychological factors affecting the development of handicrafts in rural areas of Zanjan County. *Promotion and Rural Development*, 1(1), 71-89.
- Sorayayi, A., & Atf, Z. (2014). Identifying the challenges of handicrafts and providing necessary solutions in Mazandaran Province. *Management and Accounting*, 2, 19-36.

- Tapfuma, M. M., Musavengane, R., & Magwaza, R. (2024). The role of creative tourism through arts and crafts in promoting inclusive tourism in Zimbabwe. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 22(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/14766825.2023.2231401>
- Telagawathi, N. L. W. S., Setini, M., Suci, N. M., Yulianthini, N. N., Asih, D., & Utami, N. M. S. (2022). Entrepreneurship orientation in the handicraft industry in Bali, Indonesia using the triple helix concept. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 35(3), 415-428. <https://doi.org/10.1504/IJPM.2022.122296>
- Vago, S., Nelson, A., Nelson, V., & Barkan, S. E. (2017). *Law and Society: Canadian Edition*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315443126>
- Wondirad, A., Bogale, D., & Li, Y. (2022). Practices and challenges of developing handicrafts as a core tourism product in Chench and Konso, southern Ethiopia. *International Journal of Cultural Policy*, 28(3), 306-326. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1938560>
- Yadav, U. S., Tripathi, R., Yadav, G. P., & Tripathi, M. A. (2022). Proposal of a global handicraft index for sustainable development: a visionary approach for small industry and developing strategies for handicraft (rural industry). *European Journal of Sustainable Development Research*, 6(2), em0185. <https://doi.org/10.21601/ejosdr/11909>
- Yang, Y., Shafi, M., Song, X., & Yang, R. (2018). Preservation of cultural heritage embodied in traditional crafts in the developing countries: A case study of Pakistani handicraft industry. *Sustainability*, 10(5), 1336. <https://doi.org/10.3390/su10051336>