




## Analysis of the Impact of Cultural Changes and Macroeconomic Changes on the Economic Recession of Handicrafts in Shiraz, Emphasizing the Mediating Role of Marketing Factors and Industrial Production Growth

Eshrat. Badr<sup>1</sup>, Gholamreza. Jafarinia<sup>2\*</sup>, Ensie. Mahini<sup>3</sup>

<sup>1</sup> PhD Student in Sociology of Iranian issues, Bushehr Branch, Islamic Azad University, Bushehr, Iran

<sup>2</sup> Associate Professor, Department of Sociology, Bushehr Branch, Islamic Azad University, Bushehr, Iran

<sup>3</sup> Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Bushehr Branch, 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. (2024). Analysis of the Impact of Cultural Changes and Macroeconomic Changes on the Economic Recession of Handicrafts in Shiraz, Emphasizing the Mediating Role of Marketing Factors and Industrial Production Growth. *Journal of Technology in Entrepreneurship and Strategic Management*, 3(4), 133-150.



© 2024 the authors. Published by KMAN Publication Inc. (KMANPUB), Ontario, Canada. 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 aim of this study is to analyze the impact of cultural changes and macroeconomic changes on the economic recession of handicrafts in Shiraz, with an emphasis on the mediating role of marketing factors and industrial production growth. This study, based on its objective, is applied research, and in terms of data collection methods, it is considered descriptive-survey research. The statistical population includes all artists and craftsmen in the field of handicrafts in Shiraz. The participants were 384 artists and craftsmen (155 men, 229 women) in Shiraz in 2024, who were selected using Cochran's formula and convenience sampling. They completed scales measuring cultural changes, macroeconomic changes, marketing factors, industrial production growth, and economic recession. Structural equation modeling was utilized for data analysis using Smart PLS and SPSS software. The findings showed that cultural changes indirectly affect the economic recession through the mediation of marketing factors. Cultural changes also indirectly affect the economic recession through the mediation of industrial production growth. Additionally, macroeconomic changes indirectly affect the economic recession through the mediation of marketing factors. Furthermore, macroeconomic changes indirectly affect the economic recession through the mediation of industrial production growth. Cultural and macroeconomic changes, mediated by marketing factors and industrial production growth, can influence the economic recession of the handicrafts sector in Shiraz. Overall, it can be said that the greater the extent of changes and crises in the identified dimensions, the greater the economic recession in the handicrafts sector of Shiraz will be.

**Keywords:** Industrial production growth, cultural changes, macroeconomic changes, economic recession, handicrafts, marketing factors.

## EXTENDED ABSTRACT

### Introduction

The handicraft industry is integral to the preservation of cultural heritage and the enhancement of local economies (Tahsili, 2018). Despite its significance, the industry has encountered numerous challenges over recent years due to socio-economic transformations and shifts in global production trends (Faqih, 2017; McMichael & Weber, 2020). Particularly in Shiraz, Iran, the handicrafts sector has faced an economic downturn due to a combination of macroeconomic instabilities, cultural changes, and insufficient marketing strategies (Faqih, 2017).

Handicrafts not only serve an aesthetic and functional purpose but also represent the cultural identity of their regions. This unique characteristic is often reflected in the designs, patterns, and colors that are region-specific (Tahsili, 2018). Unfortunately, various factors, such as the lack of government support, foreign economic relations instability, and the rise of industrial mass production, have led to the sector's decline. The market's inability to meet its full potential has further exacerbated this recession (French, 2019). The cultural shifts resulting from modernization and the transition from traditional to modern lifestyles have altered consumer preferences, which has negatively impacted demand for handicrafts (Ghanbari et al., 2023).

This study aims to analyze the impact of cultural and macroeconomic changes on the economic recession of handicrafts in Shiraz. Additionally, it emphasizes the mediating roles of marketing factors and industrial production growth in this relationship. By identifying these factors, the research hopes to shed light on strategies that could revitalize this sector and address the pressing challenges.

### Methods and Materials

This study is applied research and employs a descriptive-survey approach to data collection. The statistical population includes all artists and craftsmen in Shiraz's handicrafts industry. Based on Cochran's formula, a sample of 384 participants (155 men and 229 women) was selected using convenience sampling.

Participants completed validated scales that measured cultural changes, macroeconomic changes, marketing factors, industrial production growth, and economic recession. Structural equation modeling (SEM) was utilized for data analysis, employing Smart PLS and SPSS software. The constructs were validated using confirmatory factor analysis (CFA), ensuring that all measured dimensions were appropriately reflected.

The primary variables examined in this research include:

1. Cultural Changes: This scale measures the transition in societal values and customs, particularly as they relate to consumer behaviors and perceptions of handicrafts.
2. Macroeconomic Changes: This scale captures fluctuations in the broader economic environment, including inflation, currency exchange rates, and government policies.
3. Marketing Factors: This scale assesses the effectiveness of marketing strategies, including promotion, pricing, and product placement in the handicraft industry.
4. Industrial Production Growth: This measures the extent to which industrialization has affected the production processes of handicrafts.
5. Economic Recession: This scale gauges the decline in production, sales, and overall economic performance within the handicrafts sector.

## Findings

The findings indicate that cultural changes have a significant indirect impact on the economic recession of Shiraz's handicrafts sector, mediated by marketing factors. This suggests that the cultural shifts toward modern consumer preferences have diminished demand for traditional products, thereby exacerbating the economic downturn in the sector. Cultural changes also indirectly impact the recession through the mediation of industrial production growth, further illustrating how modernization has affected traditional handicrafts by favoring mass-produced industrial goods.

Similarly, macroeconomic changes have an indirect effect on the economic recession, mediated by marketing factors and industrial production growth. Economic volatility, inflation, and currency devaluation have raised production costs and reduced profit margins, pushing local artisans into recession. The mediating role of industrial production growth is significant, highlighting that while industrialization introduces efficiency, it also contributes to the declining demand for handcrafted products.

The SEM results confirm that all hypothesized relationships were statistically significant. The standardized coefficients of the pathways between cultural and macroeconomic changes and economic recession were all positive, indicating a worsening recession with the increase of these changes.

## Discussion and Conclusion

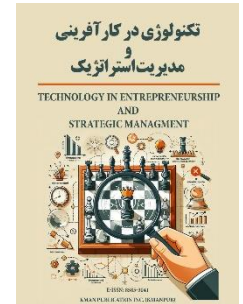
The results of this study align with the existing literature on the challenges facing traditional industries amid socio-economic transformations. Industrial growth and lifestyle changes driven by globalization have significantly disrupted the cultural industries, with even the most prestigious artisanal products struggling to maintain economic viability. These findings reinforce the notion that economic and cultural changes can severely impact local industries like handicrafts (Shafi et al., 2021).

The mediating role of marketing factors suggests that the sector's inability to adapt to modern marketing strategies has exacerbated its decline. Artisans often lack the expertise to leverage contemporary marketing techniques, which makes their products less competitive in both local and international markets (Faqih, 2017). In addition, industrial production has significantly increased the availability of cheaper, machine-made alternatives, further reducing the demand for traditional crafts (French, 2019).

The findings also highlight the influence of macroeconomic factors, such as inflation and currency fluctuations, on the economic viability of the handicrafts sector. Khan and Amir (2013) emphasize that the rise in production costs, combined with reduced consumer purchasing power, limits the profitability of local artisans (Khan & Amir, 2013). Ghorbani (2020) argues that local industries require substantial investment in both human capital and technology to remain competitive in a rapidly evolving global economy (Ghorbani, 2020).

Given the direct and indirect effects of cultural and macroeconomic changes, it is clear that without strategic interventions, the handicrafts sector in Shiraz will continue to face significant challenges. However, there are opportunities for revitalization. Investments in modern marketing techniques, alongside policies that support local artisans through financial aid and export facilitation, could reverse some of the negative trends identified in this study (Ghanbari et al., 2023). Furthermore, fostering collaborations between the industrial and artisanal sectors may help integrate traditional craftsmanship into modern production systems, ensuring its survival in a modernized economy.

In conclusion, the cultural and economic shifts of the past decades have negatively impacted Shiraz's handicrafts sector, largely due to its inability to adapt to the new socio-economic environment. Future research could focus on identifying effective strategies to bolster the industry's competitiveness in the global market. Additionally, qualitative research involving artisans themselves could provide deeper insights into the practical challenges they face and the potential solutions that could be developed in collaboration with policymakers.



# تحلیل تاثیر تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی نوآوری عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی

عشرت بدر<sup>۱</sup>، غلامرضا جعفری نیا<sup>۲\*</sup>، انسیه ماهینی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری 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. (۱۴۰۳). تحلیل تاثیر تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی نوآوری عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی. *تکنولوژی در کارآفرینی و مدیریت استراتژیک*، ۳(۴)، ۱۵۰-۱۳۳.



© 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، تحلیل تاثیر تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی 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 (۱۵۵ نفر مرد، ۲۲۹ نفر زن) در سال ۱۴۰۳ بودند که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. همه آن‌ها مقیاس‌های تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل بازاریابی، افزایش تولیدات صنعتی و رکود اقتصادی را تکمیل کردند. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS و نرم افزار SPSS به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که تغییرات فرهنگی با میانجی‌گری عوامل بازاریابی اثر غیر مستقیمی بر رکود اقتصادی دارد. تغییرات فرهنگی با میانجی‌گری افزایش تولیدات صنعتی اثر غیر مستقیمی بر رکود اقتصادی دارد. علاوه، تغییرات اقتصاد کلان با میانجی‌گری عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی اثر غیر مستقیم دارد. همچنین تغییرات اقتصاد کلان با میانجی‌گری افزایش تولیدات صنعتی اثر غیر مستقیمی بر رکود اقتصادی دارد. تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان با واسطه عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی می‌توانند رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز را تحت تاثیر قرار دهند. در مجموع می‌توان گفت هراندازه میزان تغییرات و بحران‌های موجود در ابعاد معرفی شده بیشتر باشند؛ میزان رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز نیز بیشتر می‌شود.

**کلیدواژگان:** افزایش تولیدات صنعتی، تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، رکود اقتصادی، صنایع دستی، عوامل بازاریابی.

## مقدمه

صنایع دستی شامل تولید کالاهایی می‌شود که علاوه بر جنبه‌ی مصرفی، ویژگی‌های هنری و فرهنگی هم دارد و این ویژگی‌ها به صورت طرح‌ها، نقوش و رنگ بندی مختص هر ناحیه تجلی می‌یابد (Tahsili, 2018). این صنعت یکی از عوامل اصلی تولید سرانه ملی است و در بسیاری از مناطق روستایی، پس از کشاورزی به عنوان یکی از اصلی‌ترین منابع درآمدزایی شناخته می‌شود. علی‌رغم اینکه صادرات صنایع دستی می‌تواند موجب ارزآوری، افزایش اشتغال‌زایی و توسعه سطح فرهنگ و هنر در سطح ملی و بین‌المللی شود؛ اما متأسفانه طی سال‌های اخیر بنا به دلایل مختلف از جمله عدم ثبات روابط اقتصادی خارجی، اتخاذ سیاست‌های غلط، تغییرات پی‌درپی مدیریتی، تمرکز بر بازار نفت، عدم حمایت مسئولان و فقدان سرمایه‌گذاری مطلوب، رکود اقتصادی عظیمی در این بخش به وجود آمده است؛ به طوری که برخی از شاخه‌های این حوزه فراموش شده و یا در حال فراموشی‌اند. همچنین عمده‌ی فعالیت‌هایی که در این حوزه انجام می‌شوند کافی و مناسب نیستند و نمی‌توانند استعدادهای بالقوه را بالفعل نمایند و بدین ترتیب در کشور، بازار صنایع دستی در جایگاه واقعی خود قرار نگرفته است.

از طرفی تولید برخی از شاخه‌های صنایع دستی با محدودیت‌های زیرساختی و فنی مواجه است و در این میان صنعتگران نیز علی‌رغم اینکه برای رقابت در بازارهای محلی و بین‌المللی به استراتژی‌های بازاریابی قوی نیاز دارند؛ اغلب فاقد دانش بازاریابی نوین هستند. افزایش تولیدات انبوه و ماشینی کالاهای هنری و تزئینی نیز به نوبه‌ی خود باعث کاهش تقاضا برای محصولات صنایع دستی سنتی شده است. همچنین برخی از قوانین و مقررات مرتبط با تولید، تجارت و صادرات نیز برای صنایع دستی محدودیت‌هایی را ایجاد کرده است (Ataei Pour, 2019). محدودیت‌های تجاری و صادراتی، مشکلات مالیاتی و اجبار به استفاده از استانداردهای مدرن که با محصولات سنتی سازگار نیستند؛ برخی از این محدودیت‌ها به شمار می‌روند (Faqih, 2017). علاوه بر این انتقال مهارت‌های صنایع دستی به صورت نسل‌به‌نسل یکی از چالش‌های مهم این حوزه محسوب می‌شود؛ چراکه با بالا رفتن سن صنعتگران با تجربه و عدم توانایی آن‌ها در انتقال مهارت‌های خود به نسل جوان‌تر، تولیدات صنایع دستی سنتی تضعیف می‌شود (Ghorbani, 2020). موارد ذکر شده بخشی از چالش‌های موجود در حوزه صنایع دستی است. شناسایی دقیق‌تر این چالش‌ها نیاز به مطالعه عمیق دارد که در این پژوهش مورد مطالعه قرار خواهد گرفت.

در این رابطه مک‌میشل و وبر (۲۰۲۰)، بیان کرده‌اند که امروزه افزایش تولیدات صنعتی و تغییر سبک زندگی ناشی از تغییرات اجتماعی، حوزه صنایع دستی را با چالش‌های جدی مواجه کرده است؛ تا جایی که حتی فخرترین و غنی‌ترین آثار دستی با مشکلات بنیادی مواجه شده‌اند و هنرمندان آن‌ها با بیکاری ساختاری دست به گریبانند (McMichael & Weber, 2020). بنابراین تغییرات اجتماعی در برخی موارد می‌تواند به درهم شکسته شدن اقتصاد محلی منجر شود. همچنین تغییرات اجتماعی می‌تواند باعث تغییر در سلیقه و نیازهای مردم شود. در جوامعی که به سمت مدرنیته پیش می‌روند، ممکن است سلیقه افراد نسبت به طرح‌ها و تولیدات کالاها تغییر کند. این می‌تواند منجر به کاهش تقاضا برای کالاهای صنایع دستی سنتی شود و در نتیجه، تأثیر منفی بر این صنایع داشته باشد (Haugh & Talwar, 2016). علاوه بر این تغییرات اجتماعی می‌تواند به تغییر در فرهنگ و ارزش‌های جامعه منجر شود. بین صنایع دستی و فرهنگ و تاریخ یک جامعه پیوند قوی برقرار است و در صورتی که ارزش‌ها و اولویت‌های جامعه تغییر کنند، ارزش و اهمیت صنایع دستی و تقاضا و تمایل به حمایت از این صنایع نیز کاهش می‌یابد (Ghanbari et al., 2023).

در این میان در شهر با تمدن و فرهنگی تاریخی شیراز که دارای صنایع دستی گوناگونی از جمله میناکاری، معرق‌کاری، منبت‌کاری، خاتم‌سازی، ساخت محصولات فلزی و آلیاژها، حصیربافی، دست‌بافی، منبت‌کاری، کنده‌کاری و نازک‌کاری روی چوب، خراطی، حکاکی و تراش روی سنگ، فلزات و آلیاژها، کاشی‌گری، تولید فرآورده‌های چرم، چاپ‌های سنتی، بافتنی و زیورآلات می‌باشد؛ علی‌رغم وجود ظرفیت‌ها و مزایای

بی‌شمار چالش‌های بسیاری نیز وجود دارد. در این زمینه عدم برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح حوزه صنایع دستی موجب سودآوری کلان برای دلان شده که این موضوع دلسردی جوامع محلی و هنرمندان بومی را به همراه داشته است. از سوی دیگر، نبود شناخت کافی پیرامون بازاریابی نوین در صادرات این محصولات، عدم توجه به سلیقه مشتری داخلی و بین‌المللی، بسته‌بندی و قیمت‌گذاری نامناسب صنایع دستی، کپی‌برداری و تولید صنایع دستی بومی ایران توسط چینی‌ها که با قیمتی بسیار ارزان در بازار وجود دارد و بسیاری از موارد دیگر از جمله چالش‌هایی است که در این حوزه وجود دارد. حل این مشکلات مستلزم شناسایی دقیق علل و دلایل بروز آن‌ها است و در این زمینه شکاف مطالعاتی مشاهده می‌شود. بدین ترتیب هدف اصلی این پژوهش تحلیل تاثیر تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی می‌باشد.

## روش پژوهش

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.

در پژوهش حاضر سؤالات در پی بررسی نظریات هنرمندان و صنعتگران حوزه صنایع دستی در شهر شیراز در ارتباط با متغیرهای پژوهش در نظر گرفته شده است. در این راستا پرسشنامه بسته و بر اساس طیف مقیاس ۵ گانه لیکرت متشکل از ۸ بخش اصلی طراحی شده است. بخش اول به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان شامل جنسیت، سن، سطح تحصیلات و سابقه فعالیت اشاره دارد. بخش دوم شامل ۵ سؤال اختصاصی مرتبط با رکود اقتصادی صنایع دستی می‌باشد. بخش سوم نیز شامل ۶ سؤال اختصاصی مرتبط با تغییرات فرهنگی می‌باشد. بخش چهارم شامل ۵ سؤال اختصاصی مرتبط با افزایش تولیدات صنعتی می‌باشد. بخش پنجم نیز شامل ۶ سؤال اختصاصی مرتبط با تغییرات اقتصاد کلان می‌باشد. بخش ششم شامل ۵ سؤال اختصاصی مرتبط با تغییرات منابع انسانی می‌باشد. بخش هفتم نیز شامل ۶ سؤال اختصاصی مرتبط با عوامل بازاریابی می‌باشد. در نهایت بخش هشتم شامل ۵ سؤال اختصاصی مرتبط با عوامل مدیریتی می‌باشد. بر این اساس هریک از ابعاد مورد بررسی در پرسشنامه به صورت زیر طراحی شده است:

پرسشنامه رکود اقتصادی: در این پژوهش با توجه به هدف پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. این پرسشنامه مشتمل بر ۵ گویه است و به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است.

پرسشنامه تغییرات فرهنگی: به منظور سنجش تغییرات فرهنگی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که شامل ۶ گویه به صورت طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد.

پرسشنامه افزایش تولیدات صنعتی: به منظور سنجش افزایش تولیدات صنعتی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که شامل ۵ گویه به صورت طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد.

پرسشنامه تغییرات اقتصاد کلان: به منظور سنجش تغییرات اقتصاد کلان از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که شامل ۶ گویه به صورت طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد.

پرسشنامه تغییرات منابع انسانی: به منظور سنجش تغییرات منابع انسانی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که شامل ۵ گویه به صورت طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد.



پرسشنامه عوامل بازاریابی: به منظور سنجش عوامل بازاریابی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که شامل ۶ گویه به صورت طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد.

پرسشنامه عوامل مدیریتی: به منظور سنجش عوامل مدیریتی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که شامل ۵ گویه به صورت طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) می‌باشد.

در این پژوهش به منظور تأیید دقت پرسشنامه روایی محتوا و سازه مد نظر قرار گرفته است. روایی محتوا توسط جمعی از صاحب‌نظران و اساتید خبره در زمینه صنایع دستی مورد تأیید قرار گرفت. از سوی دیگر به منظور بررسی روایی سازه برای هر یک از ابعاد پژوهش تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول اجرا گردید که در فصل چهارم به طور مفصل تبیین می‌شود. اساساً تحلیل عاملی تأییدی تعیین می‌کند که آیا پرسشنامه مورد استفاده ابعاد مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند یا نه. و به منظور بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و میزان پایایی پرسشنامه محاسبه گردید. برای این منظور ابتدا در یک نمونه‌گیری اولیه پرسشنامه بین ۳۰ نفر از اعضای نمونه توزیع و پایایی آن از طریق نرم‌افزار SPSS بررسی شد.

در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات از روش تحلیل آماری با استفاده از نرم‌افزار اجتماعی SPSS و Smart PLS استفاده شده است. رویکردهای مختلفی در رابطه با مدلسازی معادلات ساختاری وجود دارد. بدین معنا که مدلسازی معادلات ساختاری را می‌توان بر پایه روش‌های آماری متفاوتی، متناسب با نوع متغیرها و ویژگی‌های نمونه آماری پژوهش انجام داد. یکی از روش‌های آماری در این زمینه، روش حداقل مربعات جزئی است. نرم‌افزاری که از مدلسازی معادلات ساختاری بر پایه این روش آماری استفاده می‌کنند، نسبت به وجود شرایطی مانند هم خطی متغیرهای مستقل، نرمال نبودن داده‌ها و کوچک بودن نمونه سازگار هستند. در پژوهش حاضر از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است که در زمینه مدلسازی معادلات ساختاری بر پایه روش حداقل مربعات جزئی، نرم‌افزاری پرکاربرد و مفید می‌باشد. روابط فرضی ساختاری با مدلسازی معادلات ساختاری بر پایه روش حداقل مربعات جزئی آزمون شد و شاخص‌های برازندگی مدل نهایی گزارش شد. به منظور سنجش روائی پرسشنامه، دو نوع روایی منطقی و روائی سازه در نظر گرفته شد و در این راستا، روایی محتوا، اعتبار ظاهری و اعتبار عاملی (تحلیل عاملی) بررسی شدند، آزمون اعتبارعاملی پرسشنامه با کمک تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۳ انجام گرفته است. همه بارهای عاملی متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۴ بوده که نشان دهنده روایی بالا پرسشنامه می‌باشد.

## یافته‌ها

برای تعیین میانگین متغیرهای تغییرات فرهنگی، تغییرات اقتصاد کلان، عوامل بازاریابی، افزایش تولیدات صنعتی و رکود اقتصادی صنایع دستی از آمار توصیفی میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای پژوهش از نرم‌افزار 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 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 ( $r = 0.803, p \leq 0.05$ ). رکود اقتصادی صنایع دستی با تغییرات فرهنگی رابطه معناداری دارد ( $r = 0.684, p \leq 0.05$ ). همچنین رکود اقتصادی صنایع دستی با تغییرات اقتصاد کلان رابطه معناداری دارد ( $r = 0.455, p \leq 0.05$ ) رکود اقتصادی صنایع دستی با افزایش تولیدات صنعتی رابطه معناداری دارد ( $r = 0.551, p \leq 0.05$ ).



جدول ۱

میانگین، انحراف استاندارد و ضریب همبستگی متغیرها

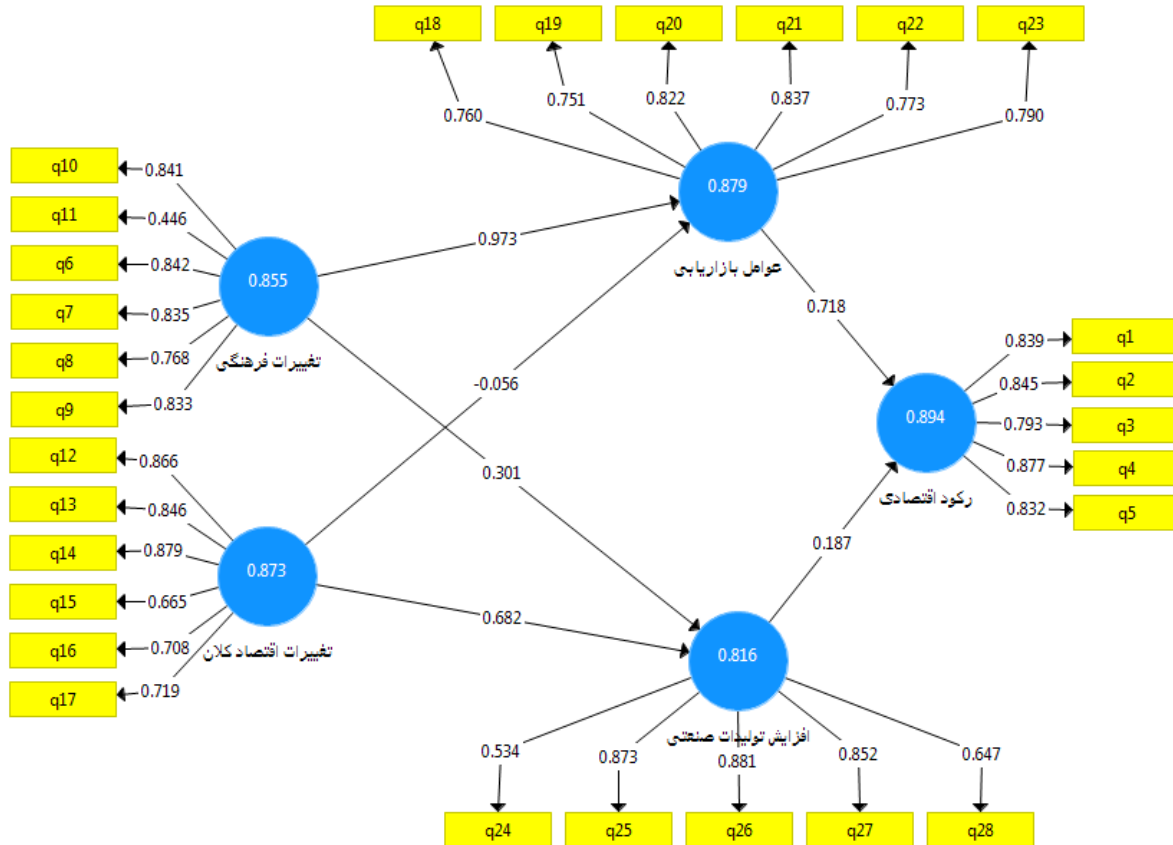
| متغیرها                 | میانگین | انحراف استاندارد | ۱       | ۲       | ۳       | ۴       | ۵ |
|-------------------------|---------|------------------|---------|---------|---------|---------|---|
| ۱. رکود اقتصادی         | ۳/۰۴    | ۱/۰۳             | -       |         |         |         |   |
| ۲. تغییرات فرهنگی       | ۲/۹۷    | ۰/۹۵             | ۰/۶۸۴** | -       |         |         |   |
| ۳. تغییرات اقتصاد کلان  | ۳/۵۲    | ۰/۸۹             | ۰/۴۵۵** | ۰/۴۶۴** | -       |         |   |
| ۴. عوامل بازاریابی      | ۲/۹۷    | ۰/۹۸             | ۰/۸۰۳** | ۰/۹۵۰** | ۰/۳۹۹** | -       |   |
| ۵. افزایش تولیدات صنعتی | ۳/۰۸    | ۰/۹۴             | ۰/۵۵۱** | ۰/۶۳۳** | ۰/۷۹۹** | ۰/۵۳۸** | - |

\*\*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 ۱

مدل پژوهش با ضرایب استاندارد

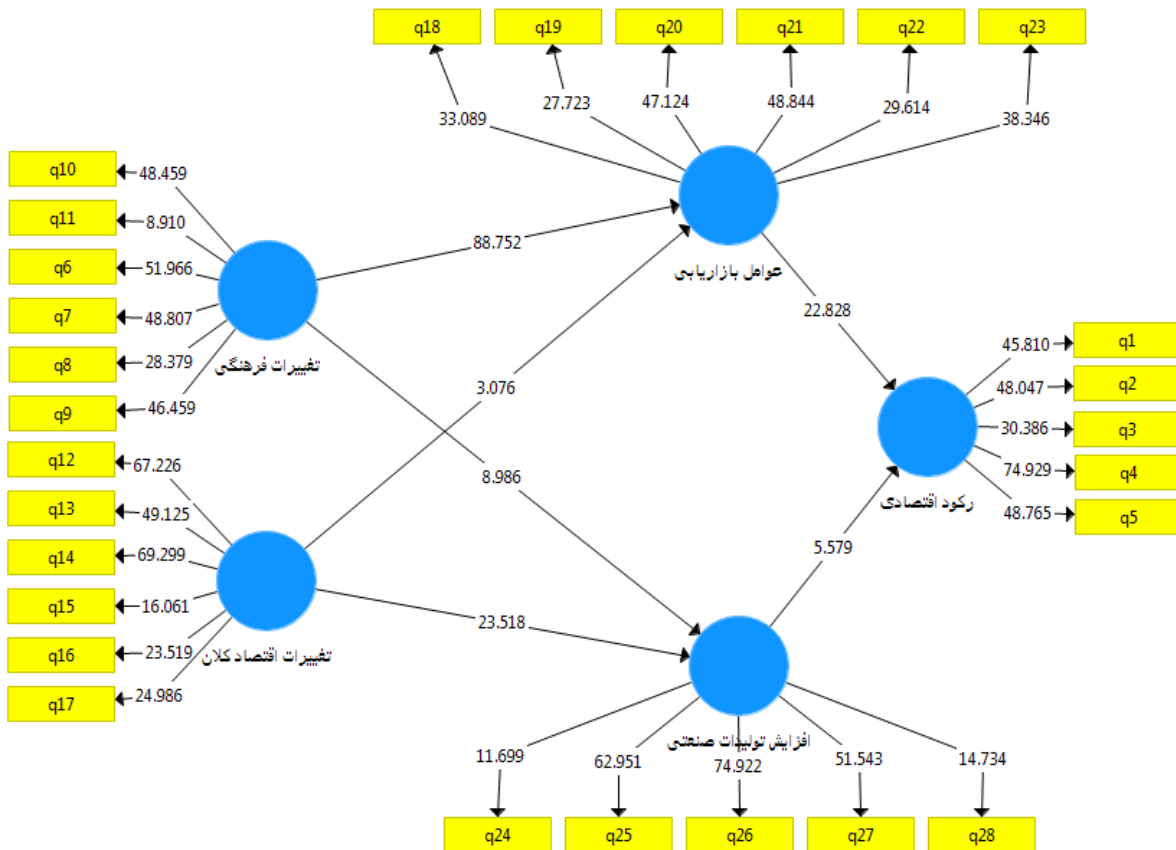


شکل ۱ مدل نهایی اثر تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی

عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی

شکل ۲

مدل پژوهش با ضرایب معناداری  $t$



شکل ۲ مدل نهایی اثر تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان بر رکود اقتصادی صنایع دستی شهر شیراز با تأکید بر نقش میانجی

عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی

جدول ۲

نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش

| مسیر  | ضریب   | آماره $t$ | سطح معناداری |
|---|--------|-----------|--------------|
| تغییرات فرهنگی - عوامل بازاریابی - رکود اقتصادی           | ۰/۶۹۹  | ۲۰/۱۶۴    | ۰/۰۰۱        |
| تغییرات فرهنگی - افزایش تولیدات صنعتی - رکود اقتصادی      | ۰/۰۵۶  | ۵/۳۴۶     | ۰/۰۰۱        |
| تغییرات اقتصاد کلان - عوامل بازاریابی - رکود اقتصادی      | -۰/۰۴۰ | ۲/۹۰۳     | ۰/۰۰۴        |
| تغییرات اقتصاد کلان - افزایش تولیدات صنعتی - رکود اقتصادی | ۰/۱۲۸  | ۵/۲۸۱     | ۰/۰۰۱        |

در این بخش پایایی با دو شاخص ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (و روایی واگرا نیز به روش فورنل-لارکر بررسی شد. همانطور که در **جدول ۳** نشان داده شده است اعداد آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (سازگاری درونی) و AVE همگی در بازه مربوطه قرار گرفته‌اند و می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی مدل پژوهش را تأیید کرد. علاوه بر این

### جدول ۳

برازش مدل نهایی مدل پژوهش

| متغیرها              | ضریب آلفای کرونباخ (Alpha > 0.7) | ضریب پایایی ترکیبی (Cr > 0.7) | میانگین استخراجی (AVE > 0.5) | واریانس ضریب تبیین |
|----------------------|----------------------------------|-------------------------------|------------------------------|--------------------|
| رکود اقتصادی         | 0/۸۹۴                            | 0/۹۲۲                         | 0/۷۰۲                        | 0/۶۹۸              |
| تغییرات فرهنگی       | 0/۸۵۵                            | 0/۸۹۶                         | 0/۵۹۹                        | -                  |
| تغییرات اقتصاد کلان  | 0/۸۷۳                            | 0/۹۰۵                         | 0/۶۱۶                        | -                  |
| عوامل بازاریابی      | 0/۸۷۹                            | 0/۹۰۸                         | 0/۶۲۳                        | 0/۸۹۷              |
| افزایش تولیدات صنعتی | 0/۸۱۶                            | 0/۸۷۶                         | 0/۵۹۳                        | 0/۷۵۶              |

در نهایت، برای بررسی برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری 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 نموده‌اند. با در نظر گرفتن این معیارها شاخص نیکویی برازش مدل نمونه مورد بررسی ۰/۷۰۰ می‌باشد که نشان دهنده برازش قوی مدل کلی است.

نتایج آزمون فرضیات پژوهش در **جدول ۲** گزارش شده است. در مدل نهایی تغییرات فرهنگی با میانجی‌گری عوامل بازاریابی بر رکود اقتصادی صنایع دستی اثر غیرمستقیم و معناداری دارد؛ همچنین تغییرات فرهنگی 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

صنایع دستی در سبک زندگی جریان دارد و بخشی از میراث فرهنگی تلقی می‌شود که از ادوار مختلف تمدن بشری عبور کرده و در فرهنگ معاصر نقش‌های جدیدی یافته است. این صنایع معمولاً نمادهایی از هویت و فرهنگ مردم و منطقه خاصی هستند و الگوها، طرح‌ها، نقش‌ها و مهارت‌های سنتی را نسل به نسل منتقل می‌کنند و بنابراین حفظ صنایع دستی به مثابه حمایت از تنوع فرهنگی و ارزش‌های محلی است. از طرفی خرید صنایع دستی برای گردشگران و بازدیدکنندگان دارای جذابیت ویژه‌ای است و در این زمینه با حل مشکلات صنایع دستی و ارتقاء کیفیت آن‌ها می‌توان عرضه صنایع دستی به گردشگران را افزایش داد و در نتیجه فرصت‌های بهره‌برداری اقتصادی برای جامعه محلی را تقویت نمود. همچنین پرداختن به مشکلات صنایع دستی، می‌تواند به بهبود فرآیندها و استفاده بهینه از منابع منتهی شود که در نتیجه به توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست کمک می‌کند. از این رو، در این پژوهش از اثر تغییرات فرهنگی و تغییرات اقتصاد کلان بر رکود اقتصادی صنایع دستی تهیه شد و نقش میانجی عوامل بازاریابی و افزایش تولیدات صنعتی در رابطه بین آن‌ها برجسته گردید.

بر اساس نتایج بین تغییرات فرهنگی ناشی از رویکرد تغییرات اجتماعی با رکود اقتصادی صنایع دستی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و به هر میزان که تغییرات فرهنگی بیشتر باشد، رکود اقتصادی نیز بیشتر می‌شود. به عبارتی تغییرات فرهنگی ناشی از تغییرات اجتماعی موجب رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز شده است. در این رابطه تغییر سبک زندگی مردم از سنتی به مدرن، تغییر سلاقی و نیازهای مردم ناشی از نفوذ نموده‌های فرهنگی جدید، تغییر در اولویت‌ها و ارزش‌های جامعه و فاصله گرفتن مردم از رسوم و آیین‌های سنتی، عدم گرایش جوانان برای آموزش و فعالیت در حوزه صنایع دستی، عدم ضرورت استفاده از کالاهای صنایع دستی در جامعه و تغییر در الگوی مصرف و افزایش گرایش مردم به مصرف محصولات صنعتی و وارداتی از جمله تغییراتی هستند که در فرهنگ مردم پدید آمده‌اند و در نتیجه تبعات ناخوشایندی را در زمینه تولید و مصرف محصولات صنایع دستی ایجاد کرده‌اند.

تغییر سبک زندگی مردم از سنتی به مدرن می‌تواند اثرات منفی بر صنایع دستی داشته باشد و باعث کاهش تقاضا و رکود این محصولات شود. در این رابطه با تغییر سبک زندگی و ورود به دنیای مدرن، سلیقه مصرف‌کنندگان نیز تغییر کرده است و این تغییر به ترجیح مصرف محصولات صنعتی و تولیدات ماشینی منجر شده است. در جوامع مدرن، ارزش‌ها و اولویت‌های مردم نیز تغییر کرده است. معمولاً مردم به سمت راحتی، سرعت و مدرنیته حرکت می‌کنند. این تغییر در ارزش‌ها باعث کاهش تقاضا برای محصولات سنتی شده است؛ زیرا مردم به دنبال محصولاتی هستند که بهترین نوآوری را دارا باشند. در نهایت با کاهش تقاضا برای محصولات دستی، تولید و توزیع آن‌ها نیز کاهش می‌یابد و تولیدکنندگان آن با مشکلات مالی و عدم تقاضا روبرو می‌شوند. این موضوع برای افراد شاغل در این حرفه، بحران اقتصادی ایجاد می‌کند.

بر اساس مطالعه یاداو و همکاران (۲۰۲۲)، نیز با حرکت به سمت جامعه مدرن و مدرنیته شدن، عموماً پایداری به اصول و ارزش‌های فرهنگی سنتی کاهش می‌یابد. صنایع دستی اغلب با فرهنگ موروثی هر منطقه در ارتباط است و سنت‌ها، رسوم و داستان‌های محلی هر منطقه را روایت می‌کند (Yadav et al., 2022). با این حال، هنگامی که سبک زندگی مدرن، تمرکز خود را بر جهانی شدن و استانداردسازی می‌گذارد؛ احتمالاً ارتباط با ارزش‌های فرهنگی بومی کاهش می‌یابد. این موضوع به کاهش تقاضا برای محصولات بومی منجر می‌شود؛ چراکه مردم از ریشه‌های فرهنگی خود دور می‌شوند. همچنین، ضمن اینکه سلیقه مشتریان نیز در طول زمان تغییر می‌کند. ممکن است مشتریان بیشتر به محصولات صنعتی و با طراحی‌های مدرن علاقه‌مند شوند و تمایل کمتری به خرید محصولات دستی با طراحی‌های سنتی داشته باشند. این تغییر در سلیقه و ترجیحات مشتریان تأثیر منفی بر صنایع دستی داشته است (Faqih, 2017; French, 2019). این موضوع تمایل به استفاده از محصولات سنتی را کاهش داده است؛ به خصوص در میان نسل جوان که اغلب نوآوری‌ها و کالاهای جدید را به صنایع دستی سنتی ترجیح می‌دهند. چنان‌که مشاهده می‌شود نتایج این مطالعات با پژوهش حاضر همسو می‌باشند.

همچنین نتایج نشان داد که بین تغییرات فرهنگی با رکود اقتصادی صنایع دستی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی رابطه غیرمستقیم و معناداری وجود دارد. به این معنی که مؤلفه‌هایی از قبیل افزایش تولیدات انبوه و ماشینی کالاهای هنری، جایگزین شدن فناوری و ماشین‌آلات به جای انسان و عرضه گسترده‌تر تولیدات صنعتی با قیمت کمتر به عنوان واسطه‌ای عمل می‌کنند که شرایط رکود اقتصادی صنایع دستی ناشی از تغییرات فرهنگی را تشدید می‌کنند. با افزایش استفاده از فناوری و ماشین‌آلات به جای انسان در تولید کالاهای هنری، نیاز به نیروی انسانی کاهش می‌یابد. این منجر به کاهش اشتغال و افزایش بیکاری در رشته‌های صنایع دستی می‌شود و رکود اقتصادی تسریع می‌یابد (Hitomi, 2017; Jamir, 2024).

از طرفی کالاهای هنری دستی اغلب دارای ویژگی‌های منحصر به فرد فرهنگی هستند که در فرآیند تولید دستی شکل می‌گیرند. با استفاده از تولیدات صنعتی و ماشینی اگرچه این تفاوت‌ها کاهش می‌یابد اما کالاها به صورت مکانیزه و استاندارد تولید می‌شوند. این عوامل

باعث کاهش جذابیت محصولات دستی و کاهش تقاضا برای آن‌ها می‌شود (Yadav et al., 2022). در برخی موارد، مشتریان ممکن است تمایل کمتری به خرید کالاهای صنایع دستی داشته باشند و به جای آن به کالاهای صنعتی با قیمت کمتر، کاربردهای عملی‌تر و دسترسی آسان‌تر متمایل شوند. این موضوع نیز می‌تواند باعث کاهش تقاضا برای صنایع دستی و رکود اقتصادی آن شود (Shafi et al., 2021). همچنین بر اساس نتایج تغییرات فرهنگی به واسطه عوامل بازاریابی رکود اقتصادی صنایع دستی را تشدید کرده است و با آن رابطه غیرمستقیم و معناداری دارد. به این معنی که تغییر سبک زندگی مردم و پذیرش مدرنیته در عصر حاضر از یک‌سو و ناآگاهی فعالان و شاغلان حوزه صنایع دستی از روش‌ها و استراتژی‌های بازاریابی نوین برای جذب مشتریان از سوی دیگر موجب رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز شده است. از طرفی امروزه به دلیل نفوذ نمودهای فرهنگی جدید در جامعه، نیازها و سلیقه بسیاری از افراد تغییر کرده و در نتیجه الگوی مصرف آن‌ها نیز دچار تحول شده و افراد به ویژه نسل جوان کالاهای صنعتی را به کالاهای دست‌ساز ترجیح می‌دهند (Shahab et al., 2024).

نتایج نشان داد که بین تغییرات اقتصاد کلان ناشی از رویکرد تغییرات اجتماعی با رکود اقتصادی صنایع دستی رابطه معناداری وجود دارد. فقدان سرمایه‌گذاری مطلوب و کمبود کارآفرینی در حوزه صنایع دستی یکی از چالش‌هایی است که به رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز منجر شده است. در برخی موارد سرمایه‌گذاران و کارآفرینان، آگاهی کافی درباره پتانسیل و مزیت‌های صنایع دستی ندارند. از طرفی راه‌اندازی یک کسب و کار در حوزه صنایع دستی، به سرمایه اولیه برای تأمین مواد اولیه، اجاره مکان، ابزار و تجهیزات نیاز دارد و در این راستا کمبود منابع مالی می‌تواند برای کارآفرینان محدودیت‌هایی را ایجاد کند و از راه‌اندازی کسب و کارهای صنایع دستی جلوگیری کند. توسعه صنایع دستی، نیازمند زیرساخت‌های حمایتی مانند آموزش مهارت‌های لازم، ارائه مشاوره تجاری، تسهیلات اعتباری و حمایت دولتی است. در صورت کمبود این زیرساخت‌ها، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران ممکن است از راه‌اندازی کسب و کارهای صنایع دستی منصرف شوند (Jamir, 2024).

افزایش تورم و نوسانات نرخ ارز عامل دیگری است که موجب رکود اقتصادی صنایع دستی می‌شود و می‌تواند اثرات متعددی بر آن داشته باشد. افزایش تورم به افزایش قیمت مواد اولیه مورد استفاده در تولید صنایع دستی منجر می‌شود. مثلاً اگر مواد اولیه مورد استفاده در تولید یک محصول از خارج از کشور وارد شود و نرخ ارز داخلی نسبت به ارز خارجی کاهش یابد، هزینه تأمین مواد اولیه افزایش می‌یابد و در نتیجه قیمت نهایی محصول نیز بالاتر می‌رود. همچنین افزایش تورم و کاهش ارزش پول داخلی می‌تواند منجر به کاهش قدرت خرید مشتریان داخلی شود. این مسئله می‌تواند تقاضا برای محصولات دستی را کاهش داده و در نتیجه تأثیر منفی بر فروش و درآمد کارآفرینان داشته باشد (Ghorbani, 2020). به دنبال بروز بحران‌های اقتصادی پیاپی طی سال‌های اخیر در کشور، قدرت خرید عموم مردم به شدت کاهش یافته است و با توجه به بالا بودن نرخ برخی از کالاهای صنایع دستی توانایی خرید آن‌ها را نداشته باشند و یا ممکن است خرید این محصولات را غیرضروری بدانند و از خرید آن‌ها اجتناب کنند. این عامل یکی از ملموس‌ترین چالش‌هایی است که فعالان حوزه صنایع دستی به خصوص در شهر شیراز آن را تجربه کرده‌اند (Faqih, 2017).

از طرفی نوسانات نرخ ارز می‌تواند تأثیرات زیادی بر صادرات و واردات داشته باشد. طی سال‌های اخیر به دلیل تحریم و بحران‌های اقتصادی متعدد در کشور، صادرات محصولات صنایع دستی کاهش یافته است. به علاوه با افزایش نرخ ارز، واردات مواد اولیه و محصولات دیگر مورد نیاز در تولید صنایع دستی نیز افزایش یافته است و تأمین هزینه خرید مواد اولیه برای کارآفرینان دشوار شده است (Khan & Amir, 2013; Kheiri Doost et al., 2021). نوسانات نرخ ارز می‌تواند رقابت‌پذیری صنایع دستی را نیز تحت تأثیر قرار دهد. با کاهش ارزش ارز

داخلی نسبت به ارزش خارجی، کالاهای صنایع دستی صادراتی کشورهای دیگر به خصوص کشور چین به قیمت‌های پایین‌تر در بازارهای داخلی عرضه می‌شوند و تولیدکنندگان داخلی در رقابت با آن‌ها با چالش مواجه می‌شوند.

مشکلات مالیاتی و بیمه صنعت‌گران و هنرمندان نیز می‌تواند فعالیت آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. برای صنعتگران و هنرمندان صنایع دستی، سیستم مالیاتی ممکن است پیچیده و دشوار باشد. قوانین مالیاتی می‌تواند پیچیدگی‌ها و مشکلاتی از جمله محاسبه مالیات درآمد، تعیین نرخ مالیاتی مناسب و اطلاعات مالیاتی مورد نیاز را برای این صنایع به همراه داشته باشند. علاوه بر این دسته‌بندی صحیح و متمایز بین صنعتگران و هنرمندان و تعیین نوع و میزان مالیات و بیمه مناسب برای آن‌ها دشوار است. برخی صنعتگران و هنرمندان صنایع دستی ممکن است بار مالیاتی سنگینی را متحمل شوند که بر درآمد و سود آن‌ها تأثیر می‌گذارد و در نهایت سبب کاهش سودآوری و رشد حرفه آن‌ها می‌شود. همچنین ممکن است برخی از صنعتگران و هنرمندان به بیمه مناسب دسترسی نداشته باشند (Khan & Amir, 2013).

نتایج این مطالعه نشان داد که تغییرات اقتصاد کلان به واسطه افزایش تولیدات صنعتی، با رکود اقتصادی صنایع دستی رابطه معنادار و غیرمستقیمی دارد. این شرایط وضعیت اشتغال صنعتگران و هنرمندان را پیچیده‌تر نموده و حتی موجب ورشکستگی برخی واحدهای تولیدی صنایع دستی، بیکاری و از دست رفتن فرصت‌های شغلی و کاهش فروش و درآمد فعالان شده است. در این رابطه عواملی همچون فقدان سرمایه‌گذاری و حمایت دولتی و افزایش تورم و نرخ نوسانات از یک سو و افزایش تولیدات صنعتی و عرضه گسترده‌تر و سریع‌تر آن‌ها از سوی دیگر هنرمندان و فعالان حوزه صنایع دستی را تحت فشار قرار می‌دهد و آن‌ها را وادار به ترک حرفه‌ی خود می‌کند. کاهش سرمایه‌گذاری و حمایت دولتی می‌تواند منجر به کاهش منابع مالی و فرصت‌های توسعه در حوزه صنایع دستی شود و این باعث کاهش توانایی هنرمندان و فعالان صنایع دستی در تولید محصولات با کیفیت و نوآورانه می‌شود و در نتیجه، رقابت با تولیدات صنعتی را دشوارتر می‌کند (French, 2019; Ghanbari et al., 2023).

همچنین در شرایطی که عموم مردم جامعه با بحران مالی مواجه‌اند و به دنبال تأمین نیازهای ضروری و اولیه زندگی خود هستند؛ کمتر به خرید کالاهای تزئینی و لوکس صنایع دستی توجه نشان می‌دهند و در عوض خرید کالاهای صنعتی را به دلیل قیمت کمتر، تنوع بیشتر در طراحی و کیفیت بیشتر ناشی از فرآیندهای استاندارد و مکانیزه در تولید ترجیح می‌دهند (Tahsili, 2018). با وجود گسترده شدن انتخاب‌های موجود در بازار به علت تولیدات صنعتی، تقاضا برای محصولات صنایع دستی کاهش می‌یابد. بدین ترتیب هنرمندان بخش بزرگی از بازار هدف خود را از دست می‌دهند و در نتیجه انگیزه و اشتیاق لازم برای ادامه فعالیت در این حرفه را نخواهند داشت.

نتایج نشان داد که بین تغییرات منابع انسانی ناشی از رویکرد تغییرات اجتماعی با رکود اقتصادی صنایع دستی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. طی سال‌های اخیر هنرمندان و صنعتگران شهر شیراز مسائل اجتماعی و اقتصادی پیچیده‌ای را تجربه کرده‌اند و به دنبال آن انگیزه و اشتیاق لازم برای ادامه فعالیت‌های خود را از دست داده‌اند و در برخی موارد آن‌ها به تولید محصولات صنعتی روی آورده‌اند.

همچنین برخی از صنعتگران در زمینه طراحی و تولید محصولات صنایع دستی، به عوامل تنوع، خلاقیت و نوآوری توجه نشان نمی‌دهند و به همین دلیل بخش بزرگی از بازار هدف خود را از دست داده‌اند. عامل دیگر به دشواری آموزش و انتقال مهارت‌های صنایع دستی سنتی به نسل جوان مربوط است؛ چنان‌که مشاهده می‌شود امروزه بسیاری از نوجوانان و جوانان به فعالیت در حوزه صنایع دستی و فراگیری مهارت‌های لازم در این حوزه چندان علاقه‌ای نشان نمی‌دهند و ازین‌رو بخشی از فعالیت‌های صنایع دستی روبه‌فراموشی است. علاوه بر این تعداد مربیان و اساتید حرفه‌ای برای آموزش و انتقال مهارت‌های رشته‌های مختلف صنایع دستی کاهش یافته است و این امر به یک چالش جدی در این حوزه تبدیل شده است.

بر خلاف روابط پیشین، نتایج نشان داد که تغییرات منابع انسانی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی با رکود اقتصادی صنایع دستی ارتباط غیرمستقیم و معناداری ندارد. اگرچه تغییرات منابع انسانی به تنهایی موجب رکود اقتصادی صنایع دستی شده است؛ اما بنظر می‌رسد در این رابطه مداخله ماشین‌آلات و فناوری‌های نوین در تولید کالاها چندان عملکرد کارآفرینان را تحت تأثیر قرار نداده است و آن‌ها از این پتانسیل برای تولید کالاهای بیشتر در کوتاه‌ترین زمان بهره‌برداری نموده‌اند. به عقیده شفی و همکاران (۲۰۱۸)، نیز تکنولوژی‌های جدید و پیشرفته در تولید محصولات می‌توانند نیازهای مصرف‌کنندگان را برآورده کنند (Shafi et al., 2021). این محصولات معمولاً کیفیت بالاتر، قابلیت‌های فراوان‌تر و عمر طولانی‌تری را ارائه می‌دهند. اما نباید به‌گونه‌ای باشد که به‌طور کامل جایگزین محصولات دستی شوند بلکه می‌توان بدون آنکه اصالت و هویت کالا نقض شود؛ از آن‌ها صرفاً برای تقویت ویژگی‌های کالاهای دستی استفاده کرد.

از طرفی بر اساس نتایج، تغییرات منابع انسانی به واسطه تغییرات بازاریابی با رکود اقتصادی صنایع دستی رابطه غیرمستقیم و معناداری دارد. اساساً تولید محصولات در رشته‌های مختلف صنایع دستی به نیروی کار حرفه‌ای با مجموعه ویژگی‌هایی از قبیل خلاقیت، انگیزه و اشتیاق نیاز دارد که علاوه بر حوزه فعالیت خود به دنبال مطالعه و یادگیری مداوم باشند و قدرت ارزیابی و تشخیص شرایط بازارهای داخلی و خارجی را داشته باشند و بتوانند محصولاتی متناسب با نیازهای مشتریان طراحی و تولید نمایند. این در حالی است که امروزه اغلب هنرمندان به دلیل چالش‌های متعدد شوق و اشتیاق لازم برای ادامه فعالیت را ندارند و اغلب به شغل‌های دیگری روی می‌آورند. همچنین بیشتر افراد نسل جوان، حرفه‌های صنایع دستی را به عنوان یک شغل ثابت با درآمد کلان در نظر نمی‌گیرند و کمتر به آن جذب می‌شوند. در این راستا کمبود مربیان و آموزش‌های حرفه‌ای نیز دخیل است (Redzuan & Aref, 2011). از طرفی صنایع دستی اغلب بازارهای محلی و گاهی حتی بین‌المللی را هدف قرار می‌دهد. اما کارآفرینان ممکن است در زمینه بازاریابی و تبلیغات تجربه کافی نداشته باشند و نتوانند محصولات خود را به درستی به مشتریان هدف معرفی کنند. بدین ترتیب فقدان انگیزه، عدم نوآوری در تولید و تمایل به تولید محصولات صنعتی با حاشیه سود بالاتر از یک‌سو و فقدان دانش بازاریابی و ناآگاهی از راهبردهای جذب مخاطب از سوی دیگر بر کاهش تقاضا برای محصولات دستی و بیکاری فعالان افزوده است.

نتایج نشان داد که عوامل مدیریتی با رکود اقتصادی صنایع دستی رابطه معناداری دارد. در این مورد مجموعه عواملی از قبیل تغییرات پی‌در پی مدیریتی در سازمان‌های تصمیم‌گیرنده در حوزه صنایع دستی، فقدان برنامه‌ریزی مطلوب و عدم حمایت مسئولان و متولیان صنایع دستی، کمبود مراکز و مؤسسات آموزشی و هنرستان‌ها برای آموزش رشته‌های مختلف صنایع دستی، اشباع بازار داخلی با محصولات کپی‌برداری‌شده توسط چینی‌ها و وجود واسطه‌های متعدد بین تولیدکنندگان و مشتریان به شدت عملکرد فعالان و هنرمندان صنایع دستی شهر شیراز را تحت تأثیر قرار داده و در بسیاری از مواقع تلاش‌های آن‌ها را بیهوده ساخته است.

برنامه‌ریزی مطلوب و حمایت مناسب از سوی مسئولان و متولیان حوزه صنایع دستی، امکان توسعه و بهبود این صنعت را فراهم می‌کند. در صورت فقدان برنامه‌ریزی مناسب، شرایط ایده‌آل برای توسعه این بخش و ارتقای کیفیت محصولات فراهم نمی‌شود و این امر باعث محدودیت رشد و پیشرفت صنایع دستی می‌شود (Ghanbari et al., 2023). همچنین نبود مراکز آموزشی و هنرستان‌ها که بتوانند رشته‌های مختلف صنایع دستی را به علاقه‌مندان آموزش دهند، باعث کاهش ارائه آموزش عملی و تخصصی در این حوزه می‌شود. این موضوع می‌تواند تأثیر منفی بر رشد و توسعه صنایع دستی داشته باشد. ورود محصولات کپی‌برداری‌شده توسط کشورهای دیگر به ویژه چین به بازار داخلی نیز می‌تواند باعث کاهش رقابت‌پذیری و کاهش فروش و درآمد برای تولیدکنندگان داخلی شود. وجود واسطه‌های متعدد بین تولیدکنندگان و مشتریان نیز باعث افزایش هزینه‌ها، کاهش سودآوری و کاهش تماس مستقیم با بازار شده است.



نتایج نشان داد که تغییرات مدیریتی به واسطه افزایش تولیدات صنعتی و تغییرات بازاریابی موجب رکود اقتصادی صنایع دستی در شهر شیراز شده است و به عبارتی با آن رابطه غیرمستقیم و معناداری دارد. در رابطه با تغییرات مدیریتی، عواملی همچون تغییرات پی‌درپی در سازمان‌های تصمیم‌گیرنده صنایع دستی، عدم حمایت درست مسئولان و سیاستگذاران و مداخله تعداد زیادی از دلالتان و واسطه‌ها بین تولیدکنندگان و خریداران در شهر شیراز مطرح است و عملکرد فعالان صنایع دستی را با چالش‌های بیشتری مواجه ساخته است. هم‌چنان که صنعتگران با چنین مشکلاتی که از فقدان مدیریت ساختاری صحیح در سازمان‌های ذی‌ربط اعم از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ناشی می‌شود مواجه‌اند؛ عامل صنعتی شدن فرآیند تولید نیز فشار بیشتری را به کسب و کارهای فعال و کارگاه‌های تولیدی صنایع دستی وارد کرده است. چنان که پیش از این ذکر شد نیروهای کار فعال در عرصه صنایع دستی برای عملکرد بهتر ناچار به پذیرش فناوری‌های نوین هستند؛ اما این فرآیند ساده نیست و هزینه‌های بیشتری را به آن‌ها تحمیل نموده است و در این راستا عدم حمایت مسئولان نیز بر مشکلات آن‌ها می‌افزاید. همچنین بخشی از تهدیدات فرصت‌های شغلی فعالان و هنرمندان حوزه صنایع دستی به تغییرات فرآیند بازاریابی در عصر نوین مربوط می‌باشد. چنان‌که نتایج نشان داد اغلب صنعتگران صرفاً به تلاش برای تولید محصولات بیشتر تمرکز کرده‌اند و با چگونگی عرضه آن‌ها آشنایی چندانی ندارند و عمدتاً به افراد واسطه متکی هستند. این امر به کاهش سودآوری آن‌ها منجر شده است.

در نهایت، 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.

### پیشنهادات

لازم است تلاش‌های بیشتری برای حفظ و ترویج صنایع دستی شامل نمایشگاه‌ها و رویدادهای هنری و همکاری بین صنعتگران و طراحان انجام شود. این تلاش‌ها باید با هدف افزایش آگاهی درباره ویژگی‌های منحصربه‌فرد صنایع دستی، اهمیت فرهنگی آن‌ها و مهارت‌ها و داستان‌های پشت تولید آن‌ها انجام شود. با ایجاد ارزش بیشتر برای صنایع سنتی، می‌توان تقاضای جدید و حمایت از این صنعت را در مقابل فرآیند مدرنیزاسیون تامین کرد.

برنامه‌ریزی برای ایجاد مراکز آموزشی و کارگاه‌های حرفه‌ای مناسب، بهبود برنامه‌های آموزشی و افزایش دسترسی به آموزش‌های تخصصی مرتبط با صنایع دستی می‌تواند به تقویت مهارت‌های نیروی کار و افزایش کیفیت تولید کمک کند.

ارائه تسهیلات مناسب برای زنان، ایجاد فرصت‌های آموزش و توسعه مهارت‌های آنها، توسعه مشارکت زنان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به صنایع دستی و ارائه حمایت‌های مالی و اقتصادی می‌تواند مشارکت زنان را در این صنایع افزایش دهد.

ترویج و توسعه بازارهای فروش برای محصولات صنایع دستی اهمیت دارد. ایجاد ارتباط با بازارهای داخلی و خارجی، توسعه شبکه‌های توزیع و تبلیغات مناسب می‌تواند به افزایش تقاضا و فروش محصولات کمک کند و رکود اقتصادی را کاهش دهد.

تلاش برای ارتقاء کیفیت محصولات صنایع دستی به عنوان یکی از مزیت‌های آن‌ها موجب افزایش بازارپسندی می‌شود و رقابت با صنایع صنعتی را تسهیل می‌کند. این امر شامل تلاش برای بهبود طراحی، استفاده از مواد با کیفیت بالا و تکنیک‌های نوین در تولید محصولات دستی است.

برای توسعه اقتصادی صنایع دستی، باید تلاش کرد تا بازار فروش این محصولات گسترش یابد. این شامل توسعه کانال‌های فروش آنلاین، مشارکت در نمایشگاه‌ها و رویدادهای مختلف ملی و بین‌المللی، تبلیغات موثر و ایجاد ارتباط مستقیم با مشتریان می‌باشد.

برقراری همکاری و ارتباط میان صنایع صنعتی و صنایع دستی می‌تواند به تبادل تجربیات و دانش فنی منجر شود. این همکاری می‌تواند ضمن حفظ اصول و ارزش‌های سنتی، بهبود فرآیندها، استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته و افزایش بهره‌وری در هر دو صنعت را به همراه داشته باشد.

انجام پژوهش کیفی در زمینه شناسایی راهکارهای برطرف نمودن مشکلات حوزه صنایع دستی با انجام مصاحبه میدانی با فعالان و صنعتگران.

انجام مطالعه تطبیقی و مقایسه‌ای در حوزه شناسایی مشکلات حوزه صنایع دستی در ایران و یکی از کشورهای پیشرو در این زمینه همچون چین و هند.

پیشنهاد می‌شود مشکلات حوزه صنایع دستی در استان‌های دیگر همچون اصفهان که در زمینه صنایع دستی پیشرو هستند نیز شناسایی شوند و نتایج این مطالعه به سایر مناطق تعمیم یابد.

می‌توان به ارزیابی تجربه خرید مشتریان از محصولات صنایع دستی پرداخت و عواملی که بر تصمیم خرید آن‌ها تأثیر می‌گذارد را شناسایی کرد. همچنین، می‌تواند به ارزیابی رضایت مشتریان از کیفیت، قیمت، طراحی و دسترسی به محصولات صنایع دستی پرداخت. بررسی راهکارها و استراتژی‌های توسعه بازار و تجارت برای محصولات صنایع دستی و تحلیل بازارهای هدف، روش‌های تبلیغات و بازاریابی مناسب، و همچنین فرصت‌های صادرات و توسعه بازار خارجی برای محصولات صنایع دستی.

پیشنهاد می‌شود پژوهشی را با هدف بررسی تأثیر صنایع دستی بر توانمندسازی زنان و تسهیل کارآفرینی آن‌ها در مناطق روستایی انجام داد و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و خانوادگی اشتغال زنان در حوزه صنایع دستی شناسایی شود.

می‌توان پژوهش منحصربه‌فردی را با هدف بررسی ارتباط میان صنایع دستی با فرهنگ و تاریخچه یک منطقه خاص انجام داد و بدین ترتیب به افزایش آگاهی و انتقال ارزش‌های فرهنگی یک منطقه کمک کرد.

## تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

## مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

## موازین اخلاقی

در این پژوهش تمامی موازین 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

## References

- Ataei Pour, F. (2019). *The Role of Handicrafts in Urban Tourism Industry Development: A Case Study of Shiraz City* [Islamic Azad University, Marvdasht Branch]. <https://civilica.com/doc/2064440/>
- Faqih, A. (2017). *Examining the Factors Affecting the Development of Handicrafts in Bushehr Province* [School of Science and Arts]. <https://www.uniref.ir/University71-PAPER-1400>
- French, J. (2019). *Strategic social marketing: For behaviour and social change*. Sage Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/strategic-social-marketing/book260452>
- Ghanbari, A., Aziza Abadi Farahani, F., Rezaei, A. A., & Salehi Amiri, R. (2023). Strategies, Approaches, Challenges, and Outcomes of Handicrafts Based on Tourism Development Using Grounded Theory Method. *Cultural Tourism*, 4(14), 29-18. [https://www.toc-sj.com/article\\_180298\\_1b74dd549a5357b1b626b12fc2e9d005.pdf](https://www.toc-sj.com/article_180298_1b74dd549a5357b1b626b12fc2e9d005.pdf)
- Ghorbani, F. (2020). *Identifying and Analyzing Entrepreneurship Opportunities in Handicrafts of Shushtar County* [University of Science and Arts]. <https://civilica.com/p/179254/>
- 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>
- Hitomi, K. (2017). *Manufacturing systems engineering: a unified approach to manufacturing technology, production management and industrial economics*. Routledge. <https://doi.org/10.1201/9780203748145>
- Jamir, I. (2024). Impact of global financial crisis on Indian handicrafts exports: A breakpoint analysis. *Global Business Review*, 25(2\_suppl), S103-S120. <https://doi.org/10.1177/0972150920954612>
- Khan, W. A., & Amir, Z. (2013). Study of handicraft marketing strategies of artisans in Uttar Pradesh and its implications. *Research Journal of Management Sciences*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Study-of-Handicraft-Marketing-Strategies-of-in-and-Khan-Amir/70cb98454247745bacee0b5bf5059ae1daa560ea>
- Kheiri Doost, Z., Momeni, F., Khadem Ali Zadeh, A., & Nasiri, B. (2021). The Relationship Between Cultural Changes and Economic Development. *Social Studies*, 10(1), 215-193. [https://ijes.shirazu.ac.ir/article\\_6411.html?lang=fa](https://ijes.shirazu.ac.ir/article_6411.html?lang=fa)
- McMichael, P., & Weber, H. (2020). *Development and social change*. Sage Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/development-and-social-change/book257693>
- Redzuan, M., & Aref, F. (2011). Constraints and potentials of handicraft industry in underdeveloped region of Malaysia. *African journal of business management*, 5(2), 256. <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/4B572AC15919>
- Shafi, M., Junrong, L., Yang, Y., Jian, D., Rahman, I. U., & Moudi, M. (2021). Factors influencing the consumer acceptance of innovation in handicraft products. *Sage Open*, 11(4), 21582440211061528. <https://doi.org/10.1177/21582440211061528>
- 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)
- Tahsili, H. (2018). Analyzing the Economic Characteristics of Handicrafts. Third National Conference on Economics, Management, and Accounting, Shahid Chamran University of Ahvaz.
- 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>