

## مقاله پژوهشی

# ارزیابی میزان تأثیرپذیری جهش تولید از قابلیت های نوین صنایع دستی مناطق روستایی با نقش واسطه توسعه بازارهای هدف در استان لرستان

حجت وحدتی<sup>۱\*</sup> و مهرداد ناصرپور<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۲۶ مهر ۱۳۹۹ تاریخ پذیرش: ۲۴ فروردین ۱۴۰۰

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیرپذیری جهش تولید از قابلیت های نوین صنایع دستی روستایی و توسعه بازارهای هدف در استان لرستان می باشد. تحقیق حاضر از روشهای تحقیق توصیفی، تحلیلی استفاده کرده است. همچنین این پژوهش از نظر هدف، کاربردی- توسعه ای است. جامعه آماری پژوهش مشتمل بر کلیه کارشناسان، متخصصان و پژوهشگران حوزه صنایع دستی در استان لرستان در سال ۱۳۹۹ به تعداد ۶۲۰ نفر می باشند که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۲۳۷ به شیوه تصادفی در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش مشتمل بر پرسشنامه محقق ساخته قابلیت های نوین صنایع دستی مناطق روستایی، جهش تولید و توسعه بازارهای هدف با ۳۲ سوال که تعداد سؤالات شاخص های قابلیت های نوین صنایع دستی مناطق روستایی ۱۱ سوال، جهش تولید ۱۴ سوال و توسعه بازارهای هدف ۷ سوال می باشد. روایی پرسشنامه به شیوه صوری بوده که به تأیید کارشناسان و اساتید رسیده و همچنین از روایی سازه ای بر اساس تحلیل عاملی تأییدی نیز بهره گرفته و تأیید شده است و پایایی آن نیز بر اساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۸۲ مورد تأیید واقع شده است. تجزیه و تحلیل داده ها بر اساس تحلیل معادلات ساختاری در نرم افزار ایموس صورت پذیرفته است. نتایج بیانگر آن است که جهش تولید از قابلیت های نوین صنایع دستی مناطق روستایی با نقش واسطه توسعه بازارهای هدف در استان لرستان تأثیر پذیرفته است و این امر به گونه ای بوده است که قابلیت های نوین صنایع دستی مناطق روستایی بر جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۱۶، قابلیت های نوین صنایع دستی مناطق روستایی بر توسعه بازارهای هدف با ضریب تأثیر ۰/۱۳، توسعه بازارهای هدف بر جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۳۶، اثرگذار بوده است.

**کلمات کلیدی:** جهش تولید، از قابلیت های نوین، صنایع دستی روستایی، توسعه بازار.

۱- دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران  
۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران  
\* - نویسنده مسئول: (vahdati.h@lu.ac.ir)

## مقدمه

در چند دهه گذشته پس از انقلاب، رشد شهرنشینی، تنوع صنایع و سیاست رشد تک محصولی به تحولات گسترده اجتماعی و اقتصادی از جمله در نواحی روستایی و شهری انجامید. این شرایط رکود فعالیتهای اقتصادی صنایع مختلف بویژه صنایع دستی را سبب گردید (بابائی، ۱۳۹۵). مهم‌ترین موانع اشتغال افراد در عرصه صنایع دستی، به عوامل فرهنگی و اجتماعی یا آداب و سنن برمی‌گردد (وندریک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). امروزه رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی بدون توجه به اجزاء آن چندان امکان پذیر نیست و توزیع اشتغال بین بخش‌های اصلی فعالیت‌های اقتصادی تابع دو پارامتر نیروی کار و سرمایه می‌باشد که در این بین صنایع دستی به دلیل خصوصیتی ممتاز مانند سرمایه‌اندوز بودن، کاربر بودن، مشارکت دادن زنان در تولید، متنوع کردن منابع درآمد خانوار، کاهش ریسک درآمد، استفاده آن از منابع داخلی و بسیاری دیگر از پارامترهای اقتصادی و فرهنگی نظیر ارزش افزوده بالا، حفظ فرهنگ و اصالت بومی، انتقال هنر بومی و محلی، پیوند نسل‌ها و سایر مؤلفه‌ها می‌تواند یکی از مهم‌ترین عوامل و راه‌حل‌های مبارزه با بیکاری در مناطق مختلف کشور باشد و تأثیرات بلندمدت بر توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور بگذارد. بدون تردید یکی از دلایل مهم در توجیه اقتصادی صنایع دستی نقش آن در زمینه اشتغال‌زایی و کارآفرینی می‌باشد. از این رو کنکاش و مطالعه پیرامون قابلیت‌های نوین، برنامه‌ریزی، نقش و اهمیت توسعه صنایع دستی، شناسایی و ایجاد ظرفیت‌های جدید، جهش تولید ایجاد اشتغال و کارآفرینی مولد و ارتقاء و بهبود شاخص‌های کلان اقتصادی و نیز ارتقاء سطح درآمد و معیشت و رفاه هزاران خانه‌دار روستایی و شهری فعال در این صنعت ضرورت پیدا

می‌کند (نخعی، ۱۳۹۱). یکی از اهداف کارآفرینی، توسعه پایدار روستایی است که در این رابطه پرداختن به صنایع روستایی، صنایع تبدیلی و صنعت گردشگری و ایجاد مشاغل نظیر عرضه انواع صنایع دستی و تولیدات اولیه خانگی را می‌توان نام برد که کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها را در پی دارد (خاطری و همکاران، ۱۳۹۵). صنایع دستی، مهارتی است که توسط توانایی‌ها و ذوق هنری با دست ایجاد شده و شکل تازه به خود می‌گیرد (پانیت و کسما<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). از جمله مسائلی که با گردشگری در ارتباط است صنایع دستی و فرهنگ هر منطقه است که بر توسعه گردشگری می‌تواند تأثیر داشته باشد (حسین‌زاده و حقی، ۱۳۹۷). صنایع دستی را به واسطه نمود دادن فرهنگ، ذوق و ویژگی‌های یک منطقه در خود، می‌توان به عنوان هویت یک منطقه دانست، امروزه با ظهور صنایع ماشینی، دنیای مدرن و همچنین افزایش جمعیت، استفاده از این عناصر که در تعداد محدود و به کمک دست تولید می‌شوند، محدود به تزیینات و استفاده‌هایی به غیر از رفع نیاز شده است. توسعه صنعت گردشگری در یک منطقه نیازمند وجود پتانسیل‌ها و زمینه‌هایی در منطقه است تا بتوان از اثرات مثبت آن‌ها استفاده کرده و با توسعه این صنعت به ارتقاء و حفظ پتانسیل‌های یک منطقه کمک نمود، لذا با توجه به اهداف و اثرات مشترکی که صنایع دستی و صنعت گردشگری دارند، مانند ارتقاء فرهنگ، توسعه اقتصادی و اجتماعی از قبیل اشتغال‌زایی و همچنین با توجه به اینکه صنایع دستی خود به عنوان عاملی برای جذب گردشگر می‌باشد، می‌توان از صنایع دستی و توسعه آن در منطقه‌ای که دارای پتانسیل‌های لازم است به عنوان عامل جذب گردشگر و توسعه گردشگری استفاده نمود (نوذرپورشمی و جلیلیان، ۱۳۹۵).

نامیده است (کیانپور و کوراوند، ۱۳۹۷). صنایع‌دستی برای رونق خود نیازمند توسعه بازارهای هدف ملی و بین‌المللی می‌باشد. آنچه در صادرات بین‌المللی دارای اهمیت بوده این امر است که اقتصاد کشورهای در حال توسعه باید به مرور زمان صادرات مواد اولیه را کاسته و به صادرات محصولات تولیدی روی آورند (رمضانی و رمضانی، ۱۳۹۷). صنایع‌دستی و کسب‌وکارهای خرد یکی از صنایع مهم اقتصادی در کشورها محسوب می‌شوند (ذکاوت و بحری‌کرمی، ۱۳۹۷). در برخی از مناطق (نظیر مناطق کویری) به سبب فقدان امکانات کشاورزی و یا فعالیت‌های صنعتی به صورت جدید، صنایع‌دستی و خانگی می‌تواند مهم‌ترین منبع کار و اشتغال باشد. صنایع‌دستی نشان‌دهنده‌ی ذوق و سلیقه و فرهنگ مردمان یک سرزمین می‌باشد (صیدیوسفی، ۱۳۹۵). در حال حاضر هنرمندان صنایع‌دستی کشور با شیوه‌های نوین ارتباطات و تجارت می‌توانند بازار محصولات هنری خود را از مرزهای ایران فراتر ببرند و به بازارهای فرهنگی جهان متصل شوند، به منظور اجرایی شدن این اندیشه، سازمان صنایع‌دستی موظف است، آموزش‌های لازم را به هنرجویان ارایه دهد. ارایه وام‌های کم‌بهره و آموزش جوانان برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای صنایع‌دستی می‌تواند یکی دیگر از حمایت‌های این نهاد باشد. همچنین بایستی پشتیبانی از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی رشته صنایع‌دستی بیشتر مورد توجه قرار گیرد تا اینگونه زمینه‌های لازم را برای اشتغال جوانان پس از فراغت از تحصیل فراهم کند و آن‌ها بتوانند آموزش‌های دانشگاهی را در قالب کسب و کارهای صنایع‌دستی به بدنه این حوزه منتقل کنند (مرادی و صادقی، ۱۳۹۷). امید است با رشد و توسعه صنایع‌دستی گام‌های مؤثری در جهت ایجاد فرصت‌های شغلی برداشته تا این صنعت جایگاه واقعی خود را از جهات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اشتغال‌زایی را پیدا و موجبات رشد و توسعه اقتصادی

با توجه به ارتباط تنگاتنگ صنایع‌دستی با اقلیم و وضعیت جغرافیایی، شرایط تاریخی و اجتماعی، نوع فرهنگ و شیوه‌ی زندگی سازندگان، این صنایع در مناطق مختلف کشور به اشکال مختلف ظهور کرده و در نهایت، شبکه‌ی وسیعی از حرفه‌ها، هنرها و صنایع را تشکیل داده است (یاوری، ۲۰۰۶). صنایع‌دستی اصیل‌ترین، مردمی‌ترین و کاربردی‌ترین هنر سرزمینمان است در واقع صنایع‌دستی علاوه بر اینکه می‌تواند یک هنر باشد یک صنعت هم به شمار می‌رود. توسعه صنایع‌دستی با توجه به سابقه دیرینه در اقتصاد روستا مهم‌ترین راهکارهای اشتغال‌زایی در روستاها محسوب می‌شود. در مناطق محروم نقش صنایع‌دستی در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال بسیار مهم است. صنایع‌دستی هنری است که در زمان‌ها و فصولی که کشاورزی و دامپروری راکد است عامل بسیار مهمی در ایجاد درآمد برای روستاییان می‌باشد. صنایع‌دستی روستاییان که به نوعی تداعی‌کننده‌ی بخشی از سنت‌های اصیل ایرانی است، نه تنها موجب اشتغال در روستاها می‌شود، بلکه منابع درآمد مهمی برای خانواده‌های روستایی ایجاد می‌کند طوری که مردان در کنار زنان به کار صنایع‌دستی مشغول می‌شوند. اگر از صنایع‌دستی تا حد معقول حمایت شود مانع مهاجرت روستاییان می‌شود و این کار از بیکاری روستاییان جلوگیری شده و موجب توسعه اقتصادی می‌شود (سعادتی، ۱۳۹۶). شناسایی نقش عوامل حمایتی زیرساختی بر توسعه صنایع‌دستی از اهمیت بالایی برخوردار است (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۶). صنایع‌دستی علاوه بر اینکه می‌تواند یک هنر باشد یک صنعت هم به شمار می‌رود (سعادتی، ۱۳۹۶). صنایع‌دستی از نگاه سازمان یونسکو عبارتند از محصولاتی که تماماً با دست و با به کمک ابزار ساخته شده‌اند (رحمن‌ستایش و فلاح‌نیا، ۱۳۹۶). یونسکو بسیاری از میراث فرهنگی و صنایع‌دستی را از قلمروهای سیاسی خارج کرده و آن‌ها را میراث جهانی

فراهم گردد (مک کرچر، ۲۰۰۶).

در زمینه پیشینه پژوهش می‌توان به موارد ذیل اشاره داشت: حسین‌پور و مرادی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی و تحلیل نقش کارآفرینی صنایع‌دستی در توسعه روستایی مناطق روستایی استان کرمانشاه پرداخته که نتایج بدست آمد نشان می‌دهد کارآفرینی صنایع‌دستی با افزایش رفاه در منطقه، افزایش اشتغال، افزایش درآمد افراد منطقه رابطه مستقیمی دارد. چهابارا<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای به بررسی نقش رونق صنایع‌دستی و کسب بازارهای جدید با اتکا به برند مشخص اقدام نموده است که نتایج بیانگر آن است که رونق بازار فروش صنایع‌دستی، رعایت استانداردها در بازاریابی، بسته‌بندی، کیفیت تولید، اصالت و هویت، طراحی و رنگ‌بندی، سهولت دسترسی و قابلیت حمل‌ونقل این محصولات است. برای مثال، بازاریابی محصولات صنایع‌دستی یکی از مهم‌ترین عوامل در رونق فروش این محصولات و کسب درآمد جوامع محلی است. اگر چه تولیدکنندگان صنایع‌دستی معمولاً خارج از انتظار بازار عمل می‌کنند و کمتر درگیر فعالیت‌های تجاری می‌شوند، در دو دهه اخیر، فراگرفتن شیوه‌های نوین بازاریابی و تجارت برای رونق فروش و بقا در بازار رقابت به دلیل گسترش صنعت گردشگری و اهمیت یافتن محصولات صنایع‌دستی ضروری شده است. رمضان‌زاده‌لسوئی و زال (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به تحلیل ویژگی‌های صنایع‌دستی در راستای توسعه گردشگری میراث فرهنگی (مطالعه موردی: استان مازندران) پرداخته است که نتایج نشان می‌دهند که متغیرهای مؤثر بر وفاداری گردشگران در وضعیت مطلوبی قرار ندارند. همچنین، رابطه معناداری بین کیفیت عرضه و میزان وفاداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد؛ این وضعیت درباره مؤلفه‌های نحوه نمایش محصولات صنایع‌دستی، میزان تأثیرگذاری فرهنگی و قابلیت حمل‌ونقل نیز وجود دارد.

رالفس<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی روش‌های بازاریابی محصولات فرهنگی به خصوص صنایع‌دستی پرداخته است که نتایج بیانگر آن است که ترکیب جذابیت‌های فرهنگی و ارائه جمعی آن‌ها، یکی دیگر از روش‌های بازاریابی محصولات فرهنگی از جمله صنایع‌دستی است؛ برای مثال، ارائه بسته‌ای از صنایع‌دستی، هنر بومی، موسیقی، رقص، مواد غذایی و حتی نوشیدنی‌های عجیب و غریب، پدیده‌هایی هستند که گردشگران تمایل دارند از طریق آن‌ها با سبک زندگی مردمان مقصد آشنا شوند و همچنین، چشم‌اندازهای محلی را برای گردشگران برجسته می‌کنند. پارهات<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۲) در مقاله‌ای به بررسی تولید انبوه صنایع‌دستی و نقش آن در رونق و عدم رونق آن‌ها پرداخته است و نتیجه می‌گیرد که با توجه به مسئله تولید انبوه محصولات صنایع‌دستی برای پاسخ به تقاضای گردشگران، حفظ کیفیت تولیدات همگام با کمیت آن‌ها اهمیت می‌یابد. شایان توجه است که تقاضای بیشتر برای هنر و صنایع‌دستی محلی بالقوه به کاهش کیفیت این محصولات منجر می‌شود. منوچهری (۱۳۹۰) در مقاله‌ای به بررسی نقش صنایع‌دستی روستاها در کار آفرینی و اشتغال‌زایی جهت جذب توریسم پرداخته است که نتایج بیانگر آن می‌باشد که توسعه روستایی عامل بهبود شرایط زندگی افراد کم درآمد ساکن روستا و خودکفا ساختن آنان در روند کلی توسعه یک کشور است و این خودکفایی جزء برنامه‌های کار آفرینی است. یکی از اهداف کار آفرینی، توسعه پایدار روستایی است و در این رابطه پرداختن به صنایع روستایی، صنایع تبدیلی و صنعت گردشگری و ایجاد مشاغلی نظیر عرضه انواع صنایع‌دستی و تولیدات اولیه خانگی است که کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها را در پی دارد.

صنایع‌دستی ایران در زمره باارزش‌ترین هنرهای کاربردی جامعه مطرح گردیده و نه تنها از جنبه‌های فرهنگی بلکه از

۳- Rolfes

۴- Parhad

۱- McKercher

۲- Chhabra

جهت اقتصادی نیز احترام و توجه جهانیان را به خود جلب کرده است. با توجه به اینکه روستاهای استان لرستان در صنعت صنایع دستی ایران از اهمیت و ظرفیت بالایی در تولید اینگونه محصولات برخوردار بوده است. بنابراین بررسی این استان در جهت دستیابی به شناخت بهتر و دقیقتر این صنعت کمک شایانی به برنامه ریزان و مسئولان کشور در اتخاذ تصمیمات مناسب و کارا خواهد داشت. اهمیت پژوهش حاضر از آنجا ناشی می‌گردد که در شرایط کنونی بسیاری از کشورهایی که اصلاً دارای صنایع دستی چندانی نیستند، به توسعه آن همت گماشته‌اند و از قبل آن درآمد هنگفتی را کسب می‌نمایند که در این زمینه به کارکردهای نوین آن به خصوص در زمینه ثبت فرهنگی و هویتی و گردشگری آن پرداخته‌اند. در این میان کشور ایران دارای پیشینه بسیار غنی در این زمینه می‌باشد که اقدام اساسی در توسعه صنایع دستی و قابلیت‌های نوین آن صورت نداده است و از طرفی روستاهای استان لرستان به عنوان یکی از استان‌های با قابلیت بالا در این زمینه جهت ماندگاری صنایع دستی و حفظ اصالت و هویت آن نیازمند شناسایی کارکردها و قابلیت‌های نوین در این زمینه می‌باشد که بتواند به تولید بیشتر با کارایی بهتر آن منجر شود که این امر مستلزم شناسایی قابلیت‌های نوین صنایع دستی روستایی به خصوص در بحث فرهنگی، اقتصادی و گردشگری آن می‌باشد که پژوهش حاضر در این زمینه صورت پذیرفته است. مسئله اساسی این است که در شرایط کنونی برای اینکه بتوان به رونق صنایع دستی همت گذاشت و راهی را برای رهایی از بین رفتن آن‌ها برگزید، باید قابلیت‌های نوین در این زمینه به خصوص در استان لرستان که دارای صنایع دستی متعدد در پهنه و گستره خود می‌باشد شناسایی شود که متأسفانه در این زمینه تاکنون اقدام اساسی و تأثیرگذار برگزیده نشده است و بسیاری از صنایع دستی با رکود و حتی اضمحلال روبرو شده‌اند، کمتر موضوعات تحقیقات دانشگاهی به این زمینه پرداخته شده است و درآمد اصلی ناشی

از فروش صنایع دستی بیشتر برای واسطه‌ها و دلالان می‌باشد و خود تولیدکنندگان از آن بهره چندانی نمی‌برند که شناسایی قابلیت‌های نوین در این زمینه در مراحل مختلف آن می‌تواند به رونق صنایع دستی و افزایش کارایی آن برای تولیدکنندگان آن منجر خواهد شد. بر همین اساس سوال اصلی پژوهش حاضر «قابلیت‌های نوین صنایع دستی در راستای رونق تولید و توسعه بازارهای هدف استان لرستان چه مواردی می‌باشد؟» مد نظر قرار گرفت.

### مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از روش‌های تحقیق توصیفی، تحلیلی استفاده کرده است. همچنین این پژوهش از نظر هدف، کاربردی- توسعه‌ای است. جامعه آماری پژوهش مشتمل بر کلیه کارشناسان، متخصصان و پژوهشگران حوزه صنایع دستی در استان لرستان به تعداد ۶۲۰ نفر می‌باشند که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۲۳۷ به شیوه تصادفی در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش مشتمل بر پرسشنامه محقق ساخته قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی، جهش تولید و توسعه بازارهای هدف با ۳۱ سوال که به تعداد سوالات شاخص‌های قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی ۱۴ سوال، جهش تولید ۱۱ سوال و توسعه بازارهای هدف ۶ سوال می‌باشد. روایی پرسشنامه به شیوه صوری بوده که به تأیید کارشناسان و اساتید رسیده و همچنین از روایی سازه ای بر اساس تحلیل عاملی تأییدی نیز بهره گرفته شده (جدول ۱) و تأیید گردیده است و پایایی آن نیز بر اساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۸۲ مورد تأیید واقع شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس تحلیل معادلات ساختاری در نرم افزار ایموس<sup>۱</sup> صورت پذیرفته است.

جدول ۱. ضریب عاملی هر یک از گویه‌های پژوهش

متغیر	گویه‌ها	ضریب عاملی
قابلیت‌های نوین صنایع دستی	توسعه ظرفیت‌های پایدار	۰/۸۵
	توسعه گردشگری فرهنگی	۰/۸۳
	برپایی نمایشگاه‌های صنایع دستی	۰/۸۱
	توسعه کیفیت جهت ارائه به عنوان سوغات	۰/۷۵
	کاربردی کردن در زندگی به عنوان ابزار دانش بومی و سلامت محور	۰/۶۱
	ایجاد بازارهای محلی ارائه صنایع دستی	۰/۶۵
	ارتباط با جوامع محلی	۰/۶۱
	نقش خلاقیت و حضور گردشگر و خریدار در روند ساخت	۰/۷۰
	شناسنامه کردن اثر و ثبت ملی و جهانی	۰/۶۹
	ارتباط با مراکز تحقیقاتی برای بهبود کیفیت، جذابیت	۰/۵۹
ساختار نمادهایی از صنایع دستی برای روزهای خاص مانند عید نوروز و غیره	۰/۷۲	
توسعه بازارهای هدف	تطبیق عرضه صنایع دستی مطابق به شرایط آب و هوایی هر منطقه ایران و جهان	۰/۴۴
	برنامه ریزی و سیاستگذاری کلان و حمایت جدی دولت	۰/۳۱
	ارائه رابطه کامل با کشورهای دارای قدرت خرید بالا	۰/۳۴
	افزایش تعداد گردشگران داخلی و خارجی	۰/۳۳
	شناسایی بازارهای مناسب داخلی و خارجی و تضمین خرید تولیدات	۰/۳۵
	تبلیغات در رسانه‌های گروهی بین‌المللی و سایت‌های اینترنتی در شناساندن تولیدات	۰/۵۷
	وجود بازارچه‌های متمرکز و یکپارچه ملی	۰/۸۱
	تقویت بنیه مالی صنعتگران	۰/۸۴
	ارائه آموزش‌های فنی لازم	۰/۶۴
	اشاعه خدمات تأمین اجتماعی و بیمه صنعتگران	۰/۹۳
بیش‌بود	امکانات تولید انبوه با توجه به کارگاه‌های مدرن و مجهز	۰/۹۰
	استانداردسازی مواد اولیه و تولید محصولات	۰/۷۲
	نظارت مستمر و کامل بر تولیدات از سوی سازمان‌های زیربنا	۰/۶۴
	حمایت مالی و همکاری بانک‌ها در ارائه تسهیلات	۰/۸۲
	ارتباط و هماهنگی بین مراکز آموزش عالی و مهارتی و بازاریابی	۰/۷۵
	وجود بانک جامع اطلاعات هنرمندان و صنعتگران صنایع دستی	۰/۸۰
	رقابت‌پذیری کالاهای تولید صنایع دستی در بازارهای جهان	۰/۸۳
	حضور بخش غیردولتی نیرومند در صنایع دستی	۰/۷۲
	ارائه واحدهای درسی صنایع دستی کاربردی و آموزش به دانش‌آموختگان جهت تولید صنایع دستی	۰/۸۱
	غنی‌تر شدن فرهنگ و سنت در دل صنایع دستی و تولید متناسب آن	۰/۷۹
ارائه همایش‌ها و نمایشگاه‌های تبلیغاتی و فروش محصولات صنایع دستی	۰/۶۶	

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰).

## نتایج و بحث

## بررسی توصیفی مشخصات جمعیت شناختی

محدوده ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۵ درصد در محدوده ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۹ درصد بیش از ۵۱ سال داشتند. به لحاظ تاهل ۷۱ درصد متاهل و ۲۹ درصد مجرد و به لحاظ تحصیلات ۱۱ درصد فوق دیپلم، ۳۴ درصد لیسانس، ۲۹ درصد فوق لیسانس و ۲۶ درصد

از ۲۳۷ نفر پاسخ دهنده؛ ۲۱ درصد زن و ۷۹ درصد مرد، به لحاظ سنی ۲۱ درصد در محدوده ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۵ درصد در

دکتری و بیشتر هستند.

انحراف معیار هم متغیر توسعه بازارهای هدف دارای بیشترین انحراف معیار که نشان‌دهنده پراکنده گویی به گزینه‌های پرسشنامه و قابلیت‌های صنایع دستی دارای کمترین انحراف معیار که نشان از انسجام بیشتر پاسخ‌ها می‌باشد.

### بررسی توصیفی مؤلفه‌های تحقیق

جدول ۱ آمار توصیفی متغیرهای تحقیق را در افراد مورد مطالعه نشان داده است.

### تحلیل استنباطی

#### بررسی فرض نرمال بودن داده‌ها

برای بررسی فرض نرمال بودن متغیرهای مطالعه از آزمون کولموگوراف-اسمیرنوف یک نمونه‌ای (برای بررسی متغیرها به صورت تک تک) استفاده شده است؛ نتایج نشان‌دهنده آن است که فرض نرمال بودن برای تمام متغیرها را نمی‌توان رد کرد ( $P > 0/05$ ). نتایج این آزمون در جدول ۳ آورده شده است.

توزیع داده‌ها نرمال است  $H_0 =$

توزیع داده‌ها نرمال نیست  $H_1 =$

جدول ۲. جدول توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار
قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی	۴/۳۱	۰/۵۴
جهش تولید	۴/۱۲	۰/۷۱
توسعه بازارهای هدف	۳/۸۱	۰/۸۱

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰).

بر این اساس قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی با میانگین ۴,۳۱ دارای بیشترین میانگین و توسعه بازارهای هدف با میانگین ۳,۸۱ دارای کمترین میانگین می‌باشد. به لحاظ

جدول ۳. نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف برای بررسی پذیره نرمال بودن

نتیجه	نرمال-غیر نرمال بودن	سطح معناداری	آماره آزمون	حجم نمونه	متغیر
تأیید	نرمال	۰/۳۲۲	۰/۵۶۷	۲۳۷	قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی
تأیید	نرمال	۰/۳۷۴	۰/۶۵۴	۲۳۷	جهش تولید
تأیید	نرمال	۰/۳۶۵	۰/۵۴۱	۲۳۷	توسعه بازارهای هدف

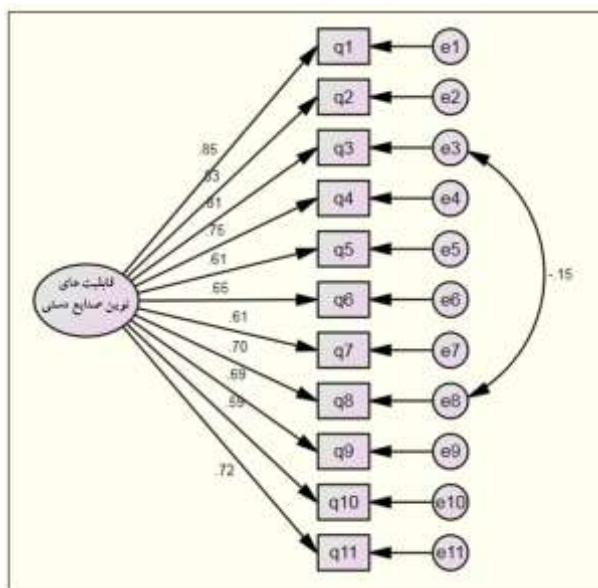
منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰).

نرم‌افزار ایموس و بهره جستن از معادلات ساختاری به بررسی این ارتباط اقدام شده است. بررسی ارتباط بین متغیرها در قالب الگوی معادلات ساختاری نشان داده شده در شکل‌های (۱ تا ۴) مورد آزمون قرار گرفت. قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده (سؤالات پرسشنامه) به وسیله بار عاملی نشان داده می‌رود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌رود. بار عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است.

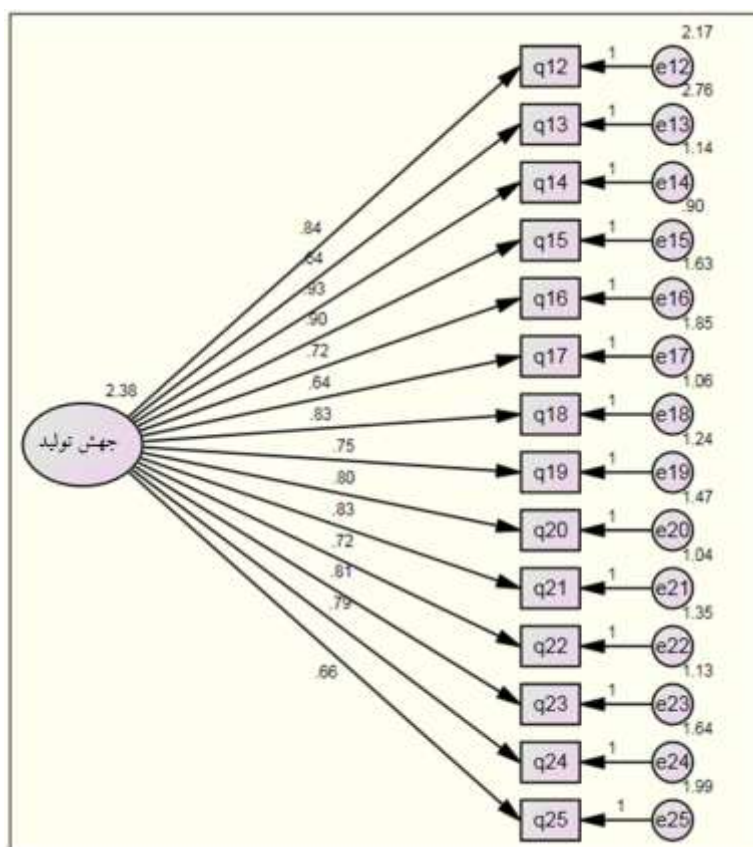
با توجه به جدول ۳ مشاهده می‌گردد کلیه متغیرها دارای فرض نرمال می‌باشند و جهش تولید با توجه به میزان معناداری بیشتری دارای نرمالی بهتر و متغیر قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی با میزان معناداری کمتر دارای نرمالی کمتر می‌باشد.

### معادلات ساختاری

در این قسمت به مطالعه فرضیه‌های پژوهش با معادلات ساختاری پرداخته شده است. در واقع در این قسمت با استفاده از

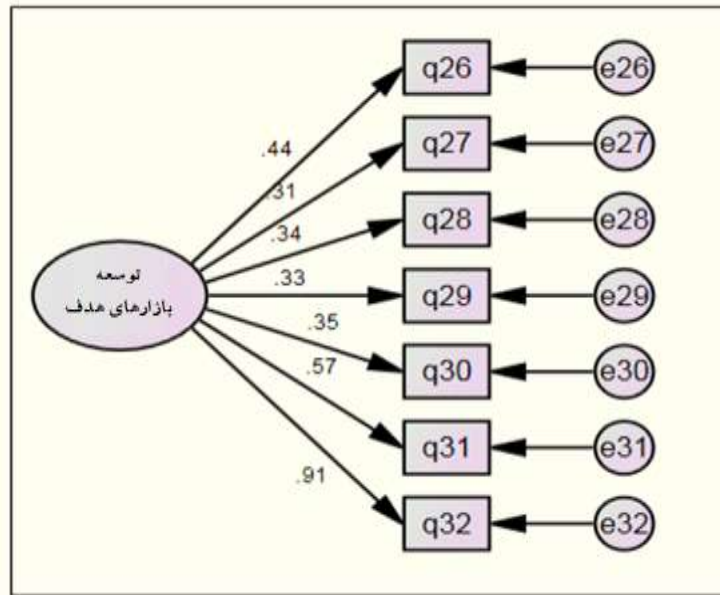


شکل ۱. مدل اندازه‌گیری قابلیت‌های نوین صنایع‌دستی مناطق روستایی با بارهای عاملی در حالت استاندارد  
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

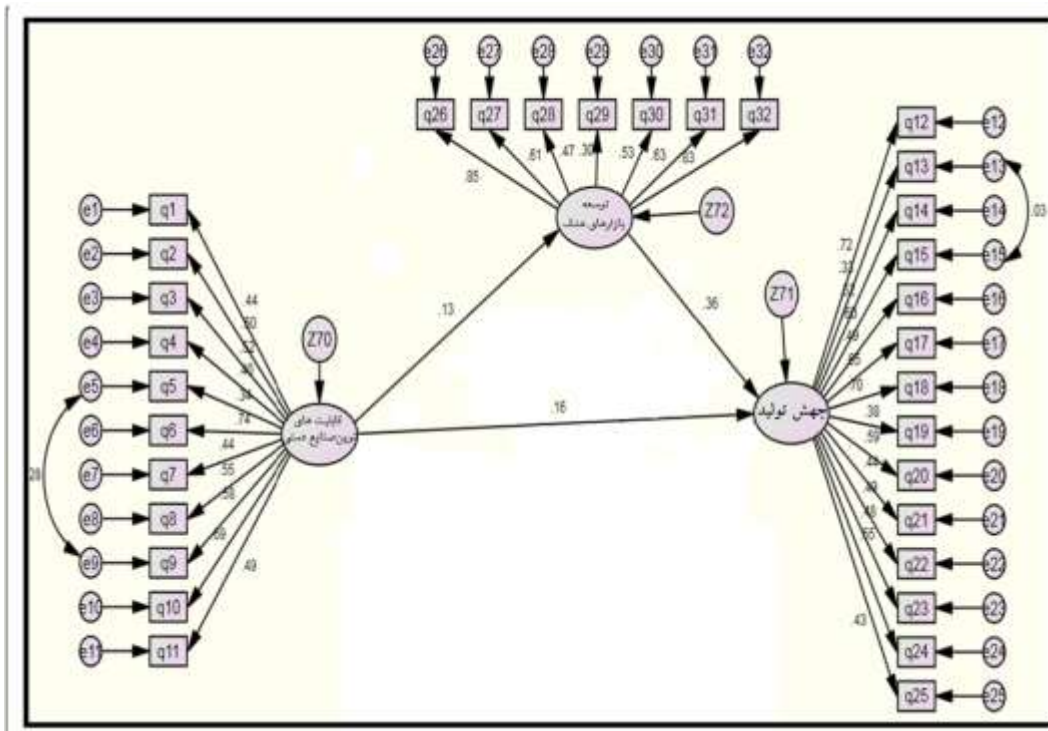


شکل ۲. مدل اندازه‌گیری جهش تولید با بارهای عاملی در حالت استاندارد  
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰





شکل ۳. مدل اندازه‌گیری توسعه بازارهای هدف با بارهای عاملی در حالت استاندارد  
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰



شکل ۴. پارامترهای استاندارد شده مدل  
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

شوگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) و باومگارتنر و هومبورگ (۱۹۹۵)، از

برای ارزیابی برآزش مدل معادلات ساختاری چندین شاخص برآزندگی وجود دارد. در این پژوهش، با استناد به پیشنهادها

۱. Shock et al

اگر مقدار کای اسکویر معنی دار نباشد، مقدار کای اسکویر بر درجه آزادی کم‌تر از ۳ باشد، مقدار شاخص‌های برازندگی، نرم نشده برازندگی، برازندگی فزاینده و برازندگی تطبیقی بالاتر از ۰/۹۰ باشند، مقدار ریشه میانگین مجذور خطای تخریب کم‌تر از ۰/۰۸ و مقدار میانگین مجذور باقی‌مانده‌ها کم‌تر از ۰/۰۵ باشد، برازش مدل مناسب و قابل قبول است (شوگ و همکاران، ۲۰۰۴).

شاخص‌های کای اسکویر به همراه معنی‌داری آن، شاخص کای اسکویر بر درجه آزادی، شاخص برازندگی، شاخص نرم نشده برازندگی، شاخص برازندگی فزاینده، شاخص برازندگی تطبیقی، ریشه میانگین مجذور خطای تخریب و شاخص میانگین مجذور باقی‌مانده‌ها برای ارزیابی برازندگی مدل معادلات ساختاری پژوهش استفاده شد. هم‌اکنون معیار دقیقی برای این شاخص‌ها وجود ندارد، اما دستورالعمل کلی زیر در ادبیات مطرح شده است:

جدول ۴. نتایج میزان انطباق مدل پژوهش با شاخص‌های برازندگی

علاامت اختصاری	نام کامل شاخص برازش	معیار مطلوب	مقدار گزارش شده
X <sup>2</sup> /df	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	۳ و کم‌تر	۲/94
RMR	شاخص بهنجار نسبی	کوچک‌تر از ۰/۰۵	۰/۴۸
GFI	شاخص برازش افزایشی	۰/۹ و بالاتر	۰/90
AGFI	شاخص برازش نرمال شده	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۰
NFI	شاخص نیکویی برازش	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۶
NNFI	شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۱
CFI	شاخص برازش مقایسه‌ای	۰/۹ و بالاتر	۰/93
RMSEA	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	کوچک‌تر از ۰/۰۸	۰/78

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

پژوهش سازگاری و تطابق دارند. بنابراین، مدل معادلات ساختاری پژوهش از برازش مناسب و قابل قبولی برخوردار است. نتایج حاصل از روابط بین متغیرها در جدول ۵ ارائه شده است.

بر این اساس، با توجه به مقدار گزارش شده شاخص‌های برازندگی (جدول ۴)، مشاهده می‌شود که داده‌ها از لحاظ آماری با ساختار عاملی مدل معادلات ساختاری متغیرهای نهفته

جدول ۵. مسیر روابط بین متغیرها همراه با نسبت‌های بحرانی و سطح معناداری

مسیر فرضیه	مقدار بحرانی	سطح معناداری	ضریب تأثیر	نتیجه فرضیه
قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی <---	۵/۰۰۳	۰/۰	۰/۱۶	عدم رد
قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی <---	۲/۹۸۵	۰/۰۰۲	۰/۱۳	عدم رد
توسعه بازارهای هدف <---	۲/۵۳۷	۰/۰۰۹	۰/۳۶	عدم رد

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

اساس رابطه بین قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی و توسعه بازارهای هدف با ضریب تأثیر ۰/۱۳، کمترین تأثیر و رابطه بین توسعه بازارهای هدف و جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۳۶ بیشترین میزان می‌باشد. بر این اساس مشاهده می‌گردد که قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید اثرگذار بوده

بر اساس جدول ۵ مشاهده می‌گردد که قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی بر جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۱۶، قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی بر توسعه بازارهای هدف با ضریب تأثیر ۰/۱۳، توسعه بازارهای هدف بر جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۳۶، اثرگذار بوده است. بر این

از پژوهش حسین‌پور و مرادی (۱۳۹۸) که در پژوهشی به بررسی و تحلیل نقش کارآفرینی صنایع دستی در توسعه روستایی مناطق روستایی استان کرمانشاه پرداخته، همسو بوده که نتایج بدست آمد نشان می‌دهد کارآفرینی صنایع دستی با افزایش رفاه در منطقه، افزایش اشتغال، افزایش درآمد افراد منطقه رابطه مستقیمی دارد. همچنین با نتایج تحقیق چهاربارا<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) که در مطالعه ای به بررسی نقش رونق صنایع دستی و کسب بازارهای جدید با اتکا به برند مشخص اقدام نموده است، همسو بوده که نتایج بیانگر آن است که رونق بازار فروش صنایع دستی، رعایت استانداردها در بازاریابی، بسته‌بندی، کیفیت تولید، اصالت و هویت، طراحی و رنگ‌بندی، سهولت دسترسی و قابلیت حمل‌ونقل این محصولات است. برای مثال، بازاریابی محصولات صنایع دستی یکی از مهم‌ترین عوامل در رونق فروش این محصولات و کسب درآمد جوامع محلی است. اگرچه تولیدکنندگان صنایع دستی معمولاً خارج از انتظار بازار عمل می‌کنند و کمتر درگیر فعالیت‌های تجاری می‌شوند، در دو دهه اخیر، فراگرفتن شیوه‌های نوین بازاریابی و تجارت برای رونق فروش و بقا در بازار رقابت به دلیل گسترش صنعت گردشگری و اهمیت یافتن محصولات صنایع دستی ضروری شده است.

بر این اساس می‌توان بیان داشت که رشد جمعیت، بیکاری و منابع مالی ناکافی برای برنامه‌های توسعه اقتصادی سبب توجه فراوان به صنایع کوچک با توجه به سهولت توسعه آن‌ها، برای توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه شده است. صنایع دستی به علت ایجاد فرصت‌های اشتغال در سطح ملی و محلی، سبب توسعه متعادل میان خانوارهای روستایی و شهری و بخش کشاورزی و صنعت شده است و نقش اساسی در تنوع بخشی بهینه به فعالیتهای اقتصادی در جوامع روستایی دارد. توسعه صنایع دستی سبب افزایش اشتغال، تولید و درآمد ملی

است و این امر به میزان ضریب ۰/۱۶ بوده و زمانیکه متغیر میانجی توسعه بازارهای هدف ما بین قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی و جهش تولید قرار می‌گیرد، میزان اثرگذاری قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی به میزان ۰/۳۶ افزایش می‌یابد و این امر نشان از اثرگذاری بهینه توسعه بازارهای هدف و نقش آن در بازاریابی و فروش بهتر صنایع دستی می‌باشد که بر جهش تولید آن‌ها اثرگذار بوده است.

### نتیجه گیری

بر اساس آنچه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت مشاهده گردید که جهش تولید از قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی با نقش واسطه توسعه بازارهای هدف در استان لرستان اثرپذیرفته است و این امر به گونه ای بوده است که قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی بر جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۱۶، قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی بر توسعه بازارهای هدف با ضریب تأثیر ۰/۱۳، توسعه بازارهای هدف بر جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۳۶، اثرگذار بوده است. بر این اساس رابطه بین قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی و توسعه بازارهای هدف با ضریب تأثیر ۰/۱۳ کمترین تأثیر و رابطه بین توسعه بازارهای هدف و جهش تولید با ضریب تأثیر ۰/۳۶ بیشترین میزان می‌باشد. بر این اساس مشاهده می‌گردد که قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید اثرگذار بوده است و این امر به میزان ضریب ۰/۱۶ بوده و زمانیکه متغیر میانجی توسعه بازارهای هدف ما بین قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی و جهش تولید قرار می‌گیرد، میزان اثرگذاری قابلیت‌های نوین صنایع دستی مناطق روستایی به میزان ۰/۳۶ افزایش می‌یابد و این امر نشان از اثرگذاری بهینه توسعه بازارهای هدف و نقش آن در بازاریابی و فروش بهتر صنایع دستی می‌باشد که بر جهش تولید آن‌ها اثرگذار بوده است. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر با نتایج به دست آمده

از خلاقیت‌های آنان از گذشته تاکنون و مشارکت دادن آن‌ها از تولید تا فروش محصولات؛

- ارائه بروشور و کتابچه جامع صنایع‌دستی و ظرفیت‌های آن به مردم دیگر استان‌ها و گردشگران ورودی به روستاها و استان لرستان جهت آشنایی با صنایع‌دستی این استان؛
- ارائه برنامه جامع نظارتی بر صنایع‌دستی روستایی استان لرستان و نیز محدود نمودن واردات محصولات مرتبط در این زمینه؛
- تهیه سند چشم‌انداز صنایع‌دستی روستایی استان لرستان برای توسعه و ارتباط مداوم و روبه گسترش با بازار هدف؛
- ارائه برنامه منسجم و مداوم و بهره‌گیری از ابزار نوین و نیروهای متخصص در زمینه تبلیغات مناسب جهت معرفی ظرفیت‌های صنایع‌دستی روستایی استان لرستان از سوی مسئولین در ایران؛
- استفاده بهینه از دستاوردهای سایر کشورها در این زمینه و برگزاری کلاس‌های آموزشی-فرهنگی جهت بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌های این بخش در استان لرستان و کشور؛
- برگزاری همایش‌ها، نمایشگاه‌ها و بازارهای محلی برای ارائه محصولات صنایع‌دستی روستایی و نشان دادن آن به سایر مناطق و کشورها؛
- استفاده از فضای مجازی، کانال‌های ارتباطی و حتی شبکه‌های تلویزیونی مخصوص فرهنگ و هنر روستاهای استان لرستان به خصوص در زمینه صنایع‌دستی این استان؛
- ارائه مشوق‌ها، سوبسیدهای و وام‌های کم بهره برای حمایت از صنعتگران روستایی این استان به خصوص در مناطق کمتر شناخته شده؛

شده و افزایش صادرات و درآمدهای ارزی و در نهایت برقراری عدالت اجتماعی و اقتصادی را در پی خواهد داشت. لذا شناسایی نقش عوامل حمایتی سازمانی بر توسعه صنایع‌دستی از اهمیت بالایی برخوردار است. توسعه اقتصادی نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی است. همچنین، کسب‌وکارها، از جمله اجزای اساسی اقتصاد کشور به شمار می‌روند که سرمایه‌گذاری در آن‌ها موجب رونق بخشی سیستم اقتصادی خواهد شد. از سوی دیگر، سرمایه‌ی مورد نیاز این کسب‌وکارها، تنها با اتکاء به سرمایه‌گذاری بخش دولتی امکانپذیر نمی‌باشد، لذا ضروری است که سرمایه‌های راکد بخش خصوصی در جهت احیاء و رونق بخشیدن به اقتصاد کشور جذب و بکار گرفته شود. از آنجایی که کشور ایران یکی از سه قطب مهم صنایع‌دستی جهان به شمار می‌رود، یکی از ساز و کارهایی که فرصت استفاده از سرمایه‌های بخش خصوصی را در جهت رشد اقتصادی کشور به دنبال دارد، صنایع‌دستی می‌باشد. از آنجائی که استان لرستان دارای ظرفیت‌های بسیار زیادی در تولید صنایع‌دستی می‌باشد و اغلب مردم بومی و محلی در آن فعالیت دارند، می‌توان با بازاریابی مناسب محصولات و صنایع‌دستی در دیگر استان‌ها به خصوص در مرکز کشور و استان تهران و حتی کشورهای خارجی و حوضه خلیج فارس، به رونق این صنایع، توسعه اقتصادی استان و کشور و در نهایت جهش تولید در این زمینه دست یافت.

بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه نمود:

- درگیر نمودن هر چه بیشتر زنان روستایی به خصوص افراد توانمند و دارای پتانسیل در تولید صنایع‌دستی و بهره‌گیری

## منابع

- بابائی، م. ۱۳۹۵. جایگاه صنعت فرش دستباف روستایی در اقتصاد مقاومتی، چهارمین همایش ملی انجمن‌های علمی دانشجویی رشته‌های کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست، کرج، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران.
- حسین‌پور، م.، مرادی، ز. ۱۳۹۸. بررسی و تحلیل نقش کارآفرینی صنایع دستی در توسعه روستایی مناطق روستایی استان کرمانشاه، پنجمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- حسین‌زاده، ن.، حقی، ر. ۱۳۹۷. تحلیل نقش توسعه گردشگری و تأثیر آن بر توسعه بازار صنایع دستی ایران، همایش ملی مدیریت و کسب و کار الکترونیکی با رویکرد اقتصاد مقاومتی، مشهد، موسسه آموزش عالی فردوس مشهد.
- خاطری، ب.، علی‌زاده، و.، ورمزیار، م. ۱۳۹۵. بررسی نقش صنایع دستی روستاها و گردشگری جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی، اولین همایش ملی اشتغال دانش بنیان، سنندج، جهاد دانشگاهی استان کردستان.
- ذکاوت، س.، بحری کرمی، ط. ۱۳۹۷. بررسی جایگاه صنایع دستی به عنوان مشاغل خانگی در پیشرفت اقتصادی جامعه، دوازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران.
- رحمن‌ستایش، ا.، فلاح‌نیا، م. ۱۳۹۶. تحلیل نقش هنرهای دستی (صنایع دستی) بر گردشگری و توسعه‌ی پایدار فرهنگی (نمونه مورد مطالعه: شهر شیراز)، دومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی عمران، معماری و مدیریت بحران، تهران، دانشگاه علامه مجلسی.
- رمضانی، م.، رمضانی، م. ۱۳۹۷. نقش صنایع دستی و گردشگری در توسعه پایدار کشور، سومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار، کرج، دانشگاه جامع علمی کاربردی سازمان همیاری شهرداری‌ها.
- رمضان‌زاده‌لسبویی، م.، ذال، م. ۱۳۹۴. تحلیل ویژگی‌های صنایع دستی در راستای توسعه گردشگری میراث فرهنگی (مطالعه موردی: استان مازندران)، مجله برنامه‌ریزی فضایی، دوره ۵، ۴(۱۹): ۸۷-۱۰۲.
- سعادت، ط. ۱۳۹۶. نقش صنایع دستی در توسعه و اقتصاد روستاها، چهارمین کنگره علمی پژوهشی توسعه و ترویج علوم کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- سلطانی، ش.، بادسار، م.، کرمی، ر. ۱۳۹۷. بررسی سطح گرایش به توسعه صنایع دستی با رویکرد تعاونی در میان روستاییان شهرستان زنجان، همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش‌ها و راهکارها، بروجرد، دانشگاه آیت اله بروجردی (ره).
- صیدیوسفی، ن. ۱۳۹۵. نقش کارآفرینی فرهنگی در احیای صنایع دستی روبه زوال (شهر اصفهان)، نخستین همایش بین‌المللی هنر و صناعات در فرهنگ و تمدن ایرانی اسلامی، اصفهان، دانشگاه اصفهان، دانشگاه هنر اصفهان.
- کیان‌پور، م.، کوراوند، ح. ۱۳۹۷. بررسی اثر بازاریابی صنایع دستی بر توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی شهرستان ایذه)، دوازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران.
- مرادی، م.، صادقی، ت. ۱۳۹۷. چالش‌های صادرات کالاها، خدمات تخصصی و تولیدات داخلی با تأکید بر صنایع دستی، دوازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران.
- منوچهری، م. ۱۳۹۰. بررسی نقش صنایع دستی روستاها در کار آفرینی و اشتغال‌زایی جهت جذب توریسم، همایش ملی صنایع فرهنگی نقش آن در توسعه پایدار، کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه.
- نخعی، ح. ۱۳۹۱. بررسی نقش صنایع دستی در اشتغال‌زایی و

- Panait, C.; Cosma, S. 2019. Ecotourism and rural tourism in Maramures, Romania. Proceedings of International Ecotourism Conference, Sustainability of Ecotourism Development in a Competitive Global Environment, (17): 15-17.
- Parhad, K., De-gang, Y., Xiao-lei, Z. 2012. Study of rural tourism in Turpan, China, Chinese Geographical sciences, Vol. 15: 377-382.
- Vendrik, M. C.M., 2018. Bandwagon and habit effects on female labour force participation. *Economic Review*, 78(2): 1-30.
- Yavari, H., 2006, Reciprocal Effects of Tourism and Handicrafts, Brazil.
- تأثیر آن بر توسعه اقتصادی استان خراسان جنوبی»، همایش ملی توسعه روستایی، رشت، دانشگاه گیلان.
- نوذریپورشمی، س.، جلیلیان، م. ۱۳۹۵. بررسی امکان ارتقا گردشگری با استفاده از توسعه صنایع دستی، چهارمین کنگره بین المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس، دانشگاه شهید بهشتی.
- Chhabra, D. 2016. Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism, Routledge publishing, London and New York.
- McKercher, B. 2006. Tourism as a Catalyst for Crafts: Pros and Cons.

---

---

## Evaluating the Impact of rural Production Leap Impact on New Craftsmen's Capacity through the Development of Target Markets in Lorestan Province

Hojjat Vahdati<sup>1\*</sup> and Mehrdad Naserpour<sup>2</sup>

Submitted: 17 October 2020

Accepted: 13 April 2021

### Abstract

The purpose of this study is to investigate the impact of the production leap from the new capabilities of rural handicrafts, and the development of target markets in Lorestan province. The present study has used descriptive and analytical research methods. Also, this research is applied-developmental in terms of purpose. The statistical population of the study includes all experts, specialists and researchers in the field of handicrafts, in Lorestan province in 2020 in the number of 620 people, the sample size based on Cochran's formula of 237 people, were randomly selected. The research instrument includes a researcher-made questionnaire on new capabilities of rural handicrafts, production leap and development of target markets with 32 questions, of which 11 questions are indicators of new capabilities of rural handicrafts 11 questions, production leap 14 questions and development of target markets 7 questions. The validity of the questionnaire was formally confirmed by experts and professors, and also the construct validity based on confirmatory factor analysis was used and confirmed, and its reliability was confirmed based on Cronbach's alpha of 0.82. Has been. Data analysis based on structural equation analysis was performed in Emus software. The results show that the production leap from the new capabilities of handicrafts in rural areas has been affected by the mediating role of the development of target markets in Lorestan province, and this has been such that the new capabilities of handicrafts in rural areas, the leap in production with Impact coefficient of 0.16, new capabilities of handicrafts in rural areas, has affected the development of target markets with an impact factor of 0.13, development of target markets, production leap with an impact factor of 0.36.

**Keywords:** Production Leap, New Capabilities, Crafts, Market Development.

---

1 - Associate Professor, Department of Business Management, Lorestan University, Khorramabad, Iran

2 - Master of Business Management, Lorestan University, Khorramabad, Iran

(\* - Corresponding author Email: vahdati.h@lu.ac.ir)

DOI: 10.22048/RDSJ.2021.253157.1882