



تحلیل نقش هنر - صنعت ورشو در توسعه گردشگری شهر بروجرد

حامد عباسی^۱، بامداد رجیبی^۲، حوریه مرادی^۳

DOI:10.22034/jtd.2024.412229.2810

چکیده

صنایع دستی از مهم‌ترین پتانسیل‌های موجود در حوزه گردشگری فرهنگی به شمار می‌آید. گردشگری و صنایع دستی رابطه‌ای دوسویه دارند و این دو بخش مکمل هم در رونق اقتصاد هستند. صنعت ورتشو سازی از جمله جاذبه‌های مهم گردشگری فرهنگی شهر بروجرد است. بر این اساس، هدف این تحقیق واکاوی عوامل و ابعاد دخیل در توسعه این صنعت است. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی است. نمونه آماری پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی به دست آمد و برای تعیین حجم نمونه نیز از فرمول کوکران استفاده شد. بر این اساس، تعداد ۲۷۰ نفر انتخاب شدند. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS₂₀ و لیزرال (LISREL) تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌های آماری بیانگر این است که تأثیر متغیرهای مستقل (اجتماعی - فرهنگی، عوامل تکنولوژیک، حمایت و پشتیبانی دولت) مؤثر در هنر - صنعت ورشو در توسعه گردشگری شهر بروجرد معنی‌دار است ($p\text{-value} = 0/001$). خروجی معادلات ساختاری نشان داد که متغیر اجتماعی - فرهنگی با ضریب تأثیر (۰/۷۵)، حمایت و پشتیبانی دولت با رقم (۰/۶۸) و عوامل تکنولوژیک مؤثر در صنعت ورتشو با رقم (۰/۶۵)، علاوه بر تأثیر مستقیم، در توسعه گردشگری بر دیگر متغیرهای شهر بروجرد تأثیر غیرمستقیم می‌گذارند. با توجه به اینکه مقدار ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA کمتر از (۰/۰۸) گزارش شده است، مدل برازش مناسبی دارد. نتایج به دست آمده در این پژوهش نشان داد که توسعه گردشگری مبتنی بر هنر - صنعت ورشو به هم‌افزایی عوامل اجتماعی - فرهنگی، حضور نهادهای رسمی و سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی نیاز دارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۵

واژه‌های کلیدی:

گردشگری فرهنگی، صنایع دستی، ورتشو، بروجرد

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از عوامل اصلی ارتقادهنده‌ی فعالیت‌های فرهنگی در سراسر جهان است. امروزه گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و پویاترین بخش‌های فعالیت اقتصادی خارجی در جهان تلقی می‌شود (Kruja, 2012: 205). گردشگری می‌تواند از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی منطقه‌ای، تأمین ارز خارجی و ارتقای بخش‌های حمل‌ونقل، ساخت‌وساز و اقامت از سیاست‌گذاران حمایت کند تا رشد اقتصادی

را تقویت کنند (Sokhanvar et al., 2018: 97). گردشگری میراث فرهنگی یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری فرهنگی است و صنایع دستی نمونه‌بازری از جاذبه‌های میراث فرهنگی محسوب می‌شود (Ramezanzadeh lasboyee & Zaal, 2016: 87). در کشورهایی که تعداد زیادی بازدیدکننده بین‌المللی را به خود جلب می‌کنند، بخش گردشگری فرصت‌های متنوعی برای فروش صنایع دستی ارائه می‌دهد؛ زیرا گردشگران هزینه قابل توجهی را صرف خرید سوغاتی

۱. دانشیار گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران (نویسنده مسئول). h.abbasi@basu.ac.ir

۲. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری شهری، خرم‌آباد، ایران.

۳. استادیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.



و سایر محصولات صنایع دستی می‌کنند. صنایع دستی بیانگر هنر و خلاقیت مردم هر کشور است. این صنعت مرکز مهمی در ترکیب هنر و فرهنگ است (Kruja & Berberi, 2020: 120). صنایع دستی بیش از هر کالای دیگری در تجربه فردی گردشگر مؤثر است و آداب و فرهنگ بومی محلی را در مقیاسی جهانی بازتاب می‌دهد. همچنین، نماد مکان‌هایی است که گردشگران از آن بازدید می‌کنند (Mousavi et al., 2019: 228). از آنجاکه تقاضای بخش صنایع دستی با ورود گردشگران ارتباط بسیاری دارد، فرصت برای توسعه گردشگری و همچنین بخش صنایع دستی بسیار زیاد است و هر دو بخش در توسعه فرهنگی و اقتصادی یک کشور حیاتی هستند (Morshedizad et al., 2013: 1). صنایع دستی عاملی مؤثر در جذب گردشگران است. همچنین، توسعه گردشگری موجب گسترش تولید و افزایش بازار و فروش صنایع دستی خواهد شد. افزایش خرید صنایع دستی توسط گردشگران موجب رونق بخشیدن به کارگاه‌های تولید این محصولات و ایجاد کارآفرینی خواهد شد (Hemti et al., 2014: 2). خرید صنایع دستی مهم‌ترین و محبوب‌ترین فعالیت برای گردشگران داخلی و بین‌المللی هنگام مسافرت است. به طوری که گردشگران یک‌سوم کل هزینه سفر خود را برای خرید هزینه می‌کنند (Roostika et al., 2015: 166).

شایان ذکر است که ایران از نظر تنوع اقلام صنایع دستی رتبه نخست جهان و از نظر حجم تولیدات رتبه سوم را به خود اختصاص داده است که عاملی مهم برای جذب و گردشگران به شمار می‌آید (Kondari et al., 2018: 104). در این میان، استان لرستان، با توجه به پیشینه تاریخی غنی خود، مهد کهن صنایع دستی ایران شناخته می‌شود (Afra, 2018: 111).

فلزکاری رشته شاخص صنایع دستی در لرستان با سابقه چندین هزار ساله است. در اواخر سلسله قاجار و آغاز دوره پهلوی، آلیاژ ورشو از لهستان به ایران وارد شد و، با تکیه بر نام پایتخت این کشور، ورشو نام گرفت و مورد توجه هنرمندان لرستان به‌ویژه صنعتگران شهر بروجرد واقع شد. این صنعت، از دیرباز تا کنون، در زمره پردرآمدترین و شاخص‌ترین مشاغل بروجرد قرار دارد، تا جایی که نام بروجرد با هنر - صنعت ورشو پیوند خورده است. هنرمندان بروجرد از آلیاژ ورشو برای تهیه وسایل اصلی زندگی (ظروف غذاخوری، سماور، قوری و قندان) استفاده کردند (Karamian, 2020: 206). این شهر در ۱۳۹۸، به‌عنوان شهر ملی

ورشو ثبت ملی شده است (Statistical yearbook, 2017).

با توجه به مطالب عنوان‌شده، میان صنایع دستی و گردشگری ارتباطی مستقیم و مستحکم برقرار است و رشد هر کدام به دیگری وابسته است. بر همین اساس، این پژوهش درصدد پاسخ‌گویی به این سؤال اساسی است که چگونه می‌توان ارتباط تنگاتنگ و توأمان گردشگری و صنایع دستی را تقویت کرد تا، به‌واسطه معرفی و فروش محصولات فلزکاری به گردشگران، زمینه‌های توسعه اشتغال و افزایش درآمد شهروندان فراهم شود. در واقع، سؤال این است: نقش هنر - صنعت ورشو در توسعه گردشگری شهر بروجرد چیست؟

مروری بر ادبیات موضوع

فرهنگ و گردشگری همیشه با هم پیوندی ناگسستنی داشته‌اند. دیدنی‌ها، جاذبه‌ها و رویدادهای فرهنگی انگیزه مهمی برای سفر فراهم می‌کنند و سفر به‌خودی‌خود فرهنگ ایجاد می‌کند (Canavan, 2016: 230). اهداف منشور گردشگری فرهنگی چنین بیان شده است: (۱) تشویق و تسهیل کار متصدیان حفظ و مدیریت میراث فرهنگی مادی و معنوی به‌منظور نشان دادن اهمیت میراث به جامعه میزبان و بازدیدکنندگان؛ (۲) کمک به پیشرفت صنعت گردشگری برای حمایت و اداره گردشگری به شیوه‌هایی که میراث و فرهنگ‌های زنده جامعه میزبان را محترم شمارد و آن را اصلاح کند؛ (۳) تسهیل و تشویق گفت‌وگو میان طرفداران محیط زیست و متولیان صنعت گردشگری درباره اهمیت شکنندگی مکان‌های میراث مجموعه‌ها و فرهنگ‌های زنده برای دستیابی به آینده پایدار برای آن‌ها؛ (۴) تشویق تدوین‌کنندگان طرح‌ها و سیاست‌ها برای شکل دادن به اهداف و راهبردهای جامع و قابل اندازه‌گیری مرتبط با ارائه و تبیین مکان‌های میراث فعالیت‌های فرهنگی در زمینه حفظ و نگهداری از آن‌ها. یکی از جنبه‌های فرهنگ مادی صنایع دستی است. در واقع، «صنایع دستی» و «سنت‌های صنایع دستی» نه تنها مظاهر فرهنگ‌ها هستند، بلکه اغلب به تعریف آن‌ها کمک می‌کنند (Afsharzadeh et al., 2011: 4). صنایع دستی مصنوعات است که مردم به‌طور معمول می‌سازند؛ این مصنوعات ممکن است ابزاری زیبایی‌شناختی، هنری، خلاقانه، دارای بار فرهنگی، تزئینی، کاربردی، سنتی یا از لحاظ دینی و اجتماعی نمادین و مهم باشند (Kokko & Dillon, 2011: 488). از نظر یونسکو،



و تأخیر در بازپرداخت آن، برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی، نوآوری، توسعه زیرساخت‌ها و کارآفرینی هستند.

موسوی و همکاران (2019) در بررسی توسعه گردشگری اصفهان با برندینگ صنایع دستی نشان دادند که کیفیت و قیمت دو عاملی هستند که در انتخاب و خرید صنایع دستی تأثیر می‌گذارند و به‌عنوان مناسب‌ترین گزینه در رتبه دوم تبلیغاتی قرار گرفتند. نتایج تحقیق وحدتی و همکاران (2021) در بررسی نقش قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان نشان داد که قابلیت‌های نوین صنایع دستی در جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان تأثیرگذار بوده است، چنان‌که افزایش تسهیلات، برپایی همایش‌ها و نمایشگاه می‌تواند به توسعه صنایع دستی کمک کند.

حسن و همکاران (2017) در مقاله‌ای با عنوان «حفاظت از صنایع دستی مالزی برای حمایت از توسعه گردشگری» به بررسی حفظ صنایع دستی برای توسعه فارغ‌التحصیلان جدید برای کارآفرینی در زمینه صنایع دستی می‌تواند به حفظ صنعت صنایع دستی کشور کمک کند. چالش‌هایی مانند عدم حمایت از نهادهای مربوطه، تولید ناکارآمد، فقدان تولیدکنندگان ماهر صنایع دستی، کمبود دانش مربوطه، نبود جانشینان جوان و هزینه‌های بالای مواد اولیه از محدودیت‌هایی توسعه صنایع دستی هستند.

ویسودواتی و مهسوری (2018) در مقاله‌ای با عنوان «پتانسیل‌های بالقوه صنایع دستی محصولات نقره برای پایداری گردشگری در روستای سلوک» به این نتیجه رسیدند که روستای سلوک به‌عنوان مرکز صنایع نقره می‌تواند به توسعه گردشگری دست یابد. برگزاری جشنواره جواهرات سلوک، فراهم کردن امکانات رفاهی اقامت و برگزاری کلاس آموزشی برای گردشگران در توسعه گردشگری نقش بسزایی دارد.

آپادای (2019) در مطالعه گردشگری صنایع دستی در نپال به بررسی سهم صنایع دستی در ارتقای گردشگری و چالش‌های بخش صنایع دستی پرداخته است. فقدان تبلیغات/بازاریابی مؤثر، قیمت ناعادلانه، کمبود مواد اولیه، نفوذ کالاهای خارجی، سیاست‌های بی‌اثر دولت از مهم‌ترین چالش‌های گردشگری صنایع دستی عنوان شده‌اند. بهبود سیاست‌ها، افزایش منبع/تأمین مواد اولیه، عرضه صنایع دستی مطابق تقاضا،

صنایع دستی به مصنوعات گفته می‌شود که با دست یا به کمک ابزار دستی ساخته می‌شوند (UNESCO, 2006: 42). از دلایل اصلی توجه به صنایع دستی می‌توان به نقش آن در معیشت پایدار خانوار، اشتغال نیروی انسانی، دسترسی به مواد اولیه ساده و ارزان، پُر کردن اوقات فراغت و بیکاری افراد، جلوگیری از مهاجرت گسترده فصلی و بالاخص کاهش فقر اشاره کرد (Paydar, 2016: 217).

ورشوسازی بروجرد یکی از گرایش‌های صنایع دستی فلزی ایران است که در آن، با استفاده از آلیاژ ورشو، محصولات و ظروف گوناگون کاربردی و تزئینی ساخته می‌شود. ورشو یا نقره آلمانی ساخته شده از فلزات مس، نیکل و روی است.

فلزکاران بروجرد، پیش از ورود ورشو به ایران، از پوک‌های برنجی گلوله اسلحه، که از ارتش خریداری می‌کردند، برای تولید دوات استفاده می‌کردند. از این رو، این صنعت به نام «دواتگری» و صنعتگر آن به نام «دواتگر» معروف شد. پس از ورود ورق ورشو به ایران، همان دواتگران ورشوسازی را پایه‌ریزی کردند. تاریخ دقیق ورود اولین ورق‌های ورشویی به ایران مشخص نیست، اما گفته می‌شود سماورهای ساخته شده از جنس این آلیاژ برای نخستین بار از کشور لهستان به ایران وارد شد و این آلیاژ در آن زمان به فلز نقره‌ای نیز معروف بود. بعدها نام ورشو برگرفته از نام پایتخت کشور لهستان بر روی این آلیاژ ماندگار شد (Karamian, 2020: 215).

با توجه به جدابیت گردشگری فرهنگی، مطالعات متعددی در این زمینه انجام شده است، چنان‌که حق‌نظری و بخشی (2016) به بررسی اهمیت صنایع دستی در توسعه گردشگری به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در جذب گردشگران و توسعه گردشگری در شهرستان سلسله پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که رابطه مستقیمی بین صنایع دستی و توسعه گردشگری وجود دارد که شرایط را برای اشتغال‌زایی و درآمدزایی، توسعه امکانات و زیربنایها، توسعه و بهبود حمل‌ونقل برای گروه‌های مختلف جامعه فراهم آورده است.

فرنام و همکاران (2019) در پژوهشی با عنوان «تحلیل صنایع دستی بومی در توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان دامغان)» به ارزیابی ارتباط صنایع دستی با توسعه صنعت گردشگری پرداختند. آن‌ها دریافتند که صنایع دستی در رونق صنعت گردشگری تأثیر بسیاری دارد و مهم‌ترین شاخص‌ها در گردشگری صنایع دستی پرداخت وام



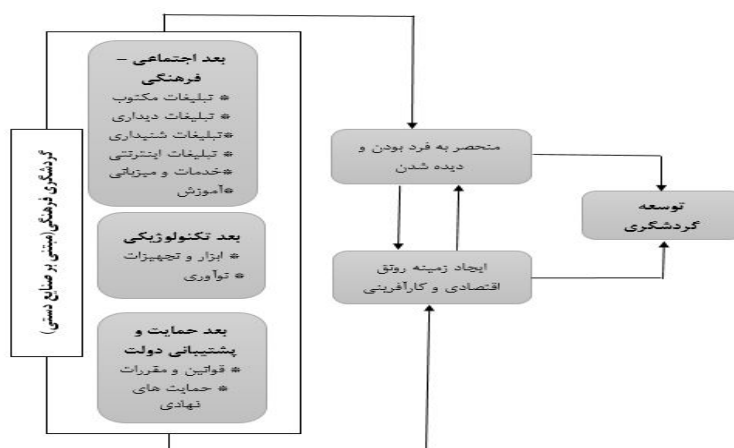
رویکرد پایدار ادغام گردشگری با ترویج صنایع دستی را تشریح کنند. مدل پیشنهادی آن‌ها بر توزیع فضایی مناسب مراکز تسهیلات در مکان‌های استراتژیک استوار است، به گونه‌ای که سبب گسترش بازار گردشگری شود. این امر با ایجاد مدلی پایدار به بهره‌گیری از مزایای اقتصادی گردشگری برای جامعه صنعتگران روستایی کمک می‌کند.

گرچه تحقیقات مختلفی در خصوص گردشگری فرهنگی انجام شده است، در این پژوهش، آثار صنعت و روش‌سازی و همچنین ترکیب متغیرهایی مورد استفاده با تحقیقات گذشته متفاوت است. بر این اساس، مدل مفهومی تحقیق ارائه شده است (شکل ۱).

تولید خلاقانه و بازاریابی راه‌هایی هستند که می‌توانند بازار صنایع دستی را ارتقا دهند.

استونوف و همکاران (2020) به بررسی ویژگی‌های توسعه صنایع دستی ازبکستان براساس گردشگری پرداخته‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که تبلیغات گسترده صنایع دستی، برپایی نمایشگاه‌های سیار صنایع دستی، افزایش ارتقای مهارت‌های مردم محلی در خدمت‌رسانی به گردشگران و افزایش تعداد مراکز گردشگری باعث پیوند عمیق صنایع دستی و گردشگری می‌شود.

ازهاروننسا و همکاران (2022) تلاش کردند که چگونگی مدل احیای فرهنگ صنایع دستی از طریق

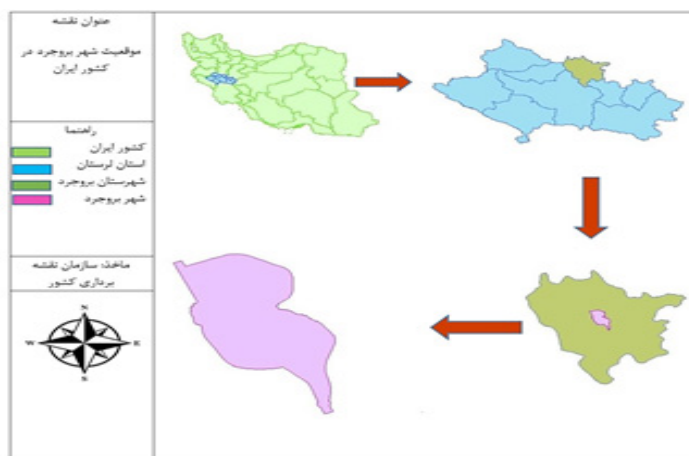


شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (منبع: یافته‌های پژوهش)

به دشت وسیع سیلاخور منتهی است. شهر بروجرد با مساحت ۳۵ کیلومتر مربع در نقطه $33/9$ درجه شمالی از خط استوا و $48/8$ درجه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ واقع شده است. شکل ۲ موقعیت شهر را در شهرستان و استان نشان می‌دهد.

روش‌شناسی تحقیق محدوده مورد مطالعه

محدوده جغرافیایی مورد مطالعه شهر بروجرد در استان لرستان است. شهر بروجرد از سه جهت شرق، شمال و غرب به کوهستان و از جنوب و جنوب شرقی



شکل ۲: موقعیت شهر بروجرد در استان و شهرستان (منبع: بر اساس سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۳۹۹)



مواد و روش های تجزیه و تحلیل

پرسش نامه با ۴۵ سؤال است (جدول ۱) که در قالب سه مؤلفه اجتماعی - فرهنگی با ۳ شاخص و ۲۰ سؤال (تبلیغات، خدمات و میزبانی و آموزش)، مؤلفه تکنولوژیک با ۵ سؤال و مؤلفه حمایت و پشتیبانی دولت با ۲ شاخص و ۲۰ سؤال (قوانین و حمایت) است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و همچنین از معادلات ساختاری به وسیله نرم افزار لیزرل برای ارائه مدل عینی و واقعی مبتنی بر مدل مفهومی پژوهش استفاده شده است.

پژوهش حاضر از نظر روش کمی و به لحاظ هدف توصیفی - تحلیلی محسوب می شود. جامعه آماری مورد پژوهش شامل گردشگران، کارشناسان صنایع دستی، کارکنان کارگاه های ورشو بروجرد است. نمونه آماری پژوهش با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی و برای تعیین حجم نمونه نیز از فرمول کوکران استفاده شد. بر این اساس، تعداد ۲۷۰ نفر انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل

جدول ۱: مؤلفه ها و متغیرهای وابسته تشکیل دهنده پژوهش

مؤلفه	متغیر
اجتماعی - فرهنگی	بروشور و کاتالوگ، کتاب، روزنامه، پوستر، بنر تبلیغاتی، تلویزیون، رادیو، وبسایت (Farnam et al., 2019; Paydar, 2016)، شبکه های اجتماعی، موتورهای جستجو، پست الکترونیک، وبلاگ (Canavan, 2016)، آگاهی از سلاقی و انگیزه گردشگران (Richards, 2018)، احساس امنیت، اعتمادسازی (Hemti et al., 2013; Farnam et al., 2019)، رفتار و برخورد کارکنان، تسلط بر زبان های گوناگون (Sokhanvar et al., 2018)، تربیت مربی رشته ورشو سازی، مراکز آموزشی (Kokko & Dillon, 2011)
عوامل تکنولوژیک	ماشین آلات مدرن، آگاهی کارکنان از تکنولوژی، جدید طراحی آثار تاریخی (Wisudawati & Maheswari, 2018) در صنایع (ورشو)، رنگ آمیزی سنتی، بسته بندی (شکل، اندازه، اطلاعات روی بسته بندی) (Ramezanzadeh lasboyee & Zaal, 2016; 87; Hassan et al., 2017)
حمایت و پشتیبانی دولت	وضع قوانین در خصوص برخورداری از تخفیف های مالیاتی در ایجاد کارگاه های تولید صنایع (ورشو)، وضع قوانین در زمینه بیمه و بازنشستگی برای تولیدکنندگان صنایع ورشویی (Sokhanvar et al., 2018; Kondori et al., 2018)، وضع قوانین عدم کپی برداری (Kruja & Berberi, 2020)، پرداخت وام با بهای کم، برگزاری نمایشگاه های فصلی، ایجاد بازارچه های دائمی صنایع (ورشویی)، گسترش کارگاه های تولید صنایع (ورشویی)، تشویق بخش خصوصی برای سرمایه گذاری، تخصیص بودجه (Kondori et al., 2018; Hemti et al., 2013; Azharunnisa et al., 2022)، فراهم کردن زیرساخت های لازم برای صادرات صنایع دستی (ورشویی)، ایجاد شرکت های تعاونی تولید و توزیع صنایع ورشو (Hemti et al., 2013)، گسترش موزه ورشوی شهر، شناسنامه دار کردن صنایع ورشویی، اتحادیه صنفی برای فعالان صنفی، تعیین استاندارد، ثبت ملی (Wisudawati & Maheswari, 2018)، اعطای درجه هنری - نشان دولتی، تأسیس خانه صنایع دستی (ورشو) (Vahdati et al., 2021)، نام گذاری خیابان ها، نصب المان (Rezaee et al., 2021)

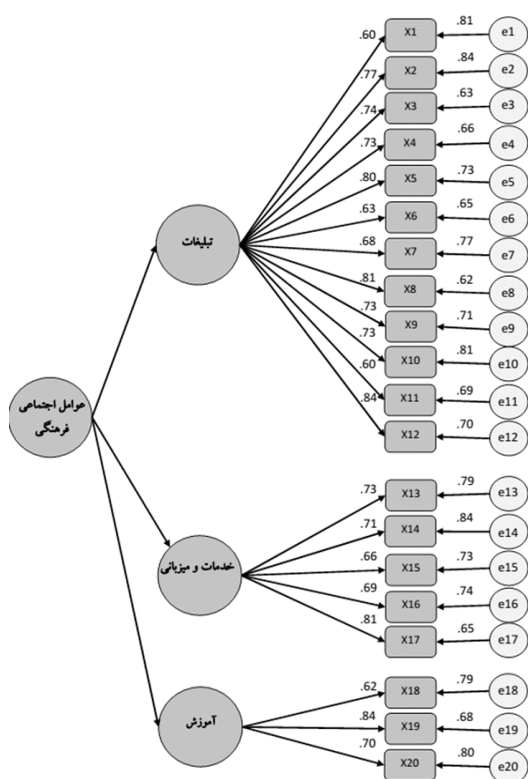
(منبع: یافته های پژوهش)



تأییدی ارائه می‌شود.

عوامل اجتماعی - فرهنگی

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه‌گیری مناسب است؟ برای پاسخ به این پرسش، باید آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل بررسی شود. لذا، متغیر عوامل اجتماعی فرهنگی به تفکیک ابعاد آن با استفاده از مدل تحلیل عاملی ارزیابی شده است که مدل آن در شکل ۳ ارائه شده است.



شکل ۳: مدل تحلیل عاملی متغیر عوامل اجتماعی فرهنگی (منبع: یافته‌های پژوهش)

نتایج مدل نشان می‌دهد که نشانگرها در کنار یکدیگر سازه‌های مربوط به خود را با توجه به ساختار مورد نظر محقق به درستی تأیید کردند و تداخلی مشاهده نمی‌شود. با توجه به اینکه مقدار ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA برای مدل اولیه کمتر از ۰/۰۸ گزارش شده است، مدل برازش مناسبی دارد. سایر مشخصات مدل در جدول ۳ آمده است.

یافته‌های توصیفی نشان داد که از مجموع ۲۷۰ نفر پاسخ‌گو، تعداد ۲۰۴ نفر معادل (۷۵/۵۵) درصد را مردان و تعداد ۶۶ نفر معادل (۲۴/۴۵) درصد را زنان تشکیل داده‌اند. از این تعداد، ۵۹ درصد متأهل و ۴۱ درصد مجرد بوده‌اند. به لحاظ سنی، ۱۰ درصد کمتر از ۲۵ سال، ۵۷ درصد بین ۲۵ تا ۴۴ سال، ۲۲/۵ درصد بین ۴۵ تا ۵۴ سال و ۱۰/۵ درصد بیش از ۵۴ سال سن داشته‌اند. همچنین، از نظر سواد، ۲۱/۵ درصد تا دیپلم، ۵۴ درصد لیسانس و ۲۴/۵ درصد ارشد و بالاتر بوده‌اند.

در این پژوهش، برای بررسی روایی بودن پرسش‌نامه از اعتبار صوری استفاده شده است. این اعتبار براساس قضاوت داورانی که در این زمینه متخصص و مطلع باشند به دست می‌آید. ابزار این پژوهش را برخی از استادان پژوهشگر، متخصص و صاحب‌نظر دانشگاهی مطالعه و پس از بازبینی تأیید کرده‌اند. همچنین، برای بررسی پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ (جدول ۲) استفاده شده است.

جدول ۲: آلفای کرونباخ مرتبط با پایایی پرسش‌نامه

متغیر	آلفای کرونباخ
عوامل اجتماعی فرهنگی	۰/۸۸
عوامل تکنولوژیک	۰/۷۶
حمایت و پشتیبانی از صنعت ورشو	۰/۸۵

(منبع: یافته‌های پژوهش)

با توجه به ضرایب آلفای به‌دست‌آمده، که برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷۰ است، ابزار پژوهش پایایی لازم را دارد.

اعتبارسنجی مدل پژوهش با مدل معادلات ساختاری

- مدل اندازه‌گیری یا تحلیل عاملی

تأییدی (CFA)

در پژوهش حاضر، به‌منظور بررسی اینکه هر یک از سازه‌های پژوهش تا چه حد با نشانگرهای انتخاب‌شده برای سنجش آن‌ها همسویی دارند از مدل اندازه‌گیری یا همان تحلیل عاملی تأییدی به تفکیک متغیرهای اصلی پژوهش استفاده شد. در ادامه، اشکال مرتبط با این تحلیل‌ها و نیز نتایج تحلیلی عاملی

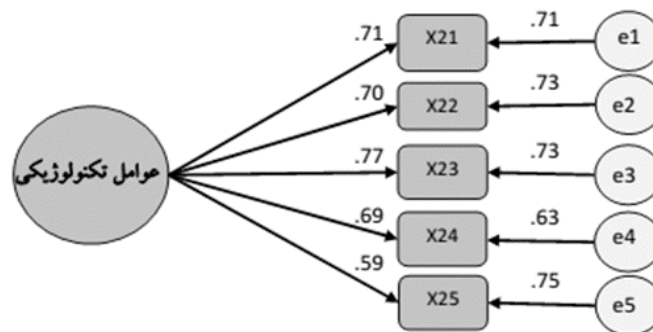
جدول ۳: شاخص‌های برازش متغیر عوامل اجتماعی فرهنگی

شاخص	حد نرمال	مقدار مشاهده شده
میانگین مجذور پس ماندها (RMR)	نزدیک به صفر	۰/۰۴۵
میانگین مجذور پس ماندهای استاندارد شده (SRMR)	نزدیک به صفر	۰/۰۲
Df	بزرگ‌تر از صفر	۳/۸
نسبت χ^2 به df	کمتر از ۳	۱/۳
شاخص برازندگی (GFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۷
شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۲
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۰
RMSEA ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۵۳

(منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که مشخصه‌های برازندگی جدول نشان می‌دهد، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسب است که این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است. مدل تحلیل عاملی متغیر عوامل تکنولوژیک سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه‌گیری مناسب است؟ برای پاسخ به این پرسش باید آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل بررسی شود. لذا، متغیر عوامل تکنولوژیک به تفکیک ابعاد آن با استفاده از مدل تحلیل عاملی سنجش شده است که مدل اصلاح شده آن در شکل ۴ ارائه شده است.

نتایج مدل نشان می‌دهد که نشانگرها در کنار یکدیگر سازه‌های مربوط به خود را با توجه به ساختار مورد نظر محقق به درستی تأیید کردند و تداخلی مشاهده نمی‌شود. با توجه به اینکه مقدار ریشه دوم



شکل ۴: مدل تحلیل عاملی متغیر عوامل تکنولوژیک (منبع: یافته‌های پژوهش)

برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA برای مدل اولیه کمتر از ۰/۰۸ گزارش شده است، مدل برازش مناسبی دارد.

مورد نظر محقق به درستی تأیید کردند و تداخلی مشاهده نمی‌شود. با توجه به اینکه مقدار ریشه دوم

جدول ۴: شاخص‌های برازش متغیر عوامل تکنولوژیک

مقدار مشاهده شده	حد نرمال	شاخص
۰/۰۳۹	نزدیک به صفر	میانگین مجذور پس ماندها (RMR)
۰/۰۲	نزدیک به صفر	میانگین مجذور پس ماندهای استاندارد شده (SRMR)
۴/۲	بزرگ‌تر از صفر	Df
۱/۳	کمتر از ۳	نسبت χ^2 به df
۰/۹۷	۰/۹ و بالاتر	شاخص برازندگی (GFI)
۰/۹۲	۰/۹ و بالاتر	شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)
۰/۹۲	۰/۹ و بالاتر	شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)
۰/۹۲	۰/۹ و بالاتر	شاخص برازندگی فزاینده (IFI)
۰/۹۰	۰/۹ و بالاتر	شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)
۰/۰۵۵	کمتر از ۰/۰۸	RMSEA ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب

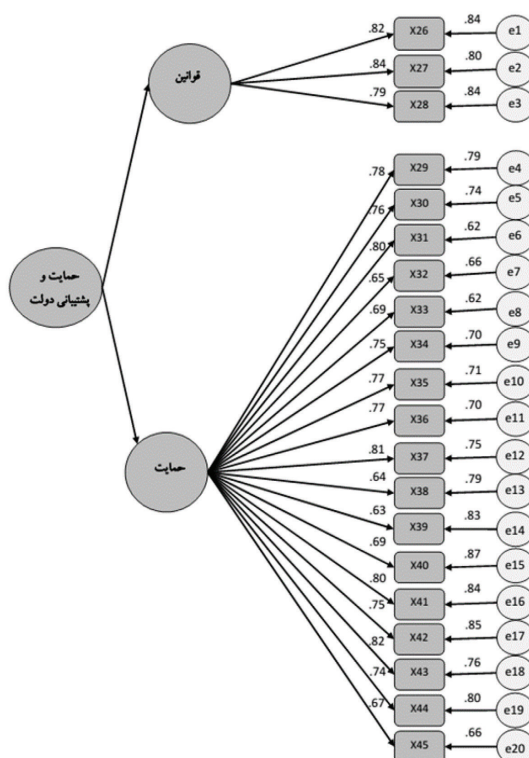
منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که مشخصه‌های برازندگی جدول ۴ نشان می‌دهد، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی وزیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است.

مدل اندازه‌گیری مناسب است؟ برای پاسخ به این پرسش باید آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل شود. برای این منظور، مولفه حمایت و پشتیبانی به تفکیک شاخص‌های آن با استفاده از مدل تحلیل عاملی ارزیابی شده است که مدل اصلاح‌شده آن در شکل ۵ ارائه شده است.

مدل تحلیل عاملی متغیر حمایت و پشتیبانی

سؤال اساسی مطرح‌شده این است که آیا این



شکل ۵: مدل تحلیل عاملی متغیر حمایت و پشتیبانی (منبع: یافته‌های پژوهش)



نتایج این مدل نشان می‌دهد که نشانگرها در کنار یکدیگر سازه‌های مربوط به خود را با توجه به ساختار مورد نظر محقق به درستی تأیید کردند و تداخلی مشاهده نمی‌شود. با توجه به اینکه مقدار ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA برای مدل اولیه کمتر از (۰/۰۸) گزارش شده، بنابراین مدل برازش مناسبی دارد.

جدول ۵: شاخص‌های برازش متغیر حمایت و پشتیبانی دولت

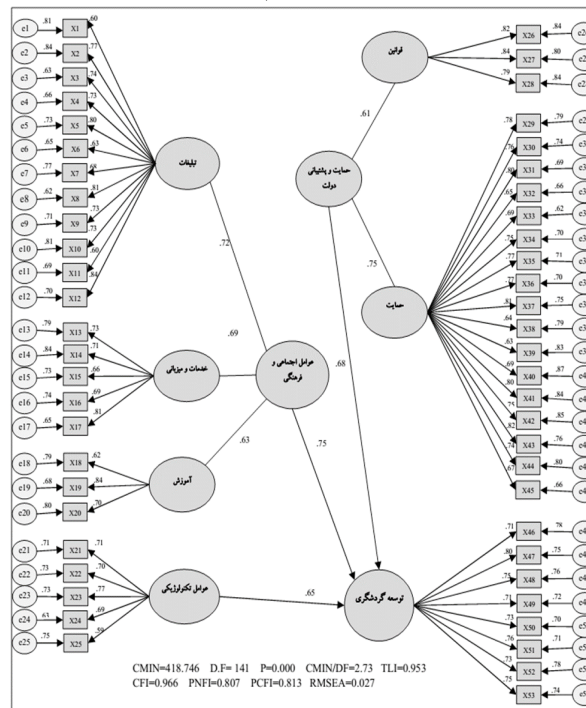
شاخص	حد نرمال	مقدار مشاهده شده
میانگین مجذور پس ماندها (RMR)	نزدیک به صفر	۰/۰۴۶
میانگین مجذور پس ماندهای استاندارد شده (SRMR)	نزدیک به صفر	۰/۰۶
Df	بزرگتر از صفر	۵/۱
نسبت χ^2 به df	کمتر از ۳	۱/۱
شاخص برازندگی (GFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۷
شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۶
شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۴
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۵
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۶
RMSEA ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۳۷

(منبع: یافته‌های پژوهش)

مدل ساختاری تحقیق

در این مرحله به آزمون روابط بین سازه‌های تحقیق پرداخته شد. به این منظور، مدل مورد نظر در نرم‌افزار آموس اجرا شد و باروش مدل‌سازی معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزار Lisrel رابطه علی بین متغیرها آزمون شد.

همان‌طور که مشخصه‌های برازندگی جدول ۵ نشان می‌دهد، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است.



شکل ۶: مدل ساختاری پژوهش براساس ضرایب استاندارد شده (منبع: یافته‌های پژوهش)



با توجه به اینکه مقدار ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA برای مدل ساختاری پژوهش (۰/۰۴۵) و کمتر از (۰/۰۸) گزارش شده است. لذا، مدل برازش مناسبی دارد و مدل را می‌توان به لحاظ آماری قابل اتکا دانست.

همچنین، میزان کای اسکور نسبتی یا نسبت کای اسکور به درجه آزادی ($CMIN/DF = 2/73$)، شاخص های برازش تطبیقی (۰/۹۵) و شاخص های مقصد بالای (۰/۹۰) و نیز شاخص RMSEA با مقدار (۰/۰۴۵) نشان دهنده قابل قبول بودن مدل تدوین شده است.

جدول ۶: خلاصه نتایج

شاخص	نوع اثر	آماره t	میزان اثر
عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر در صنعت ورشو	ارتباط مثبت و معنی دار	۵/۷۴	۰/۷۵
عوامل تکنولوژیک مؤثر در صنعت ورشو	ارتباط مثبت و معنی دار	۴/۹۹	۰/۶۵
حمایت و پشتیبانی دولت از صنعت ورشو	ارتباط مثبت و معنی دار	۵/۴۲	۰/۶۸

(منبع: یافته‌های پژوهش)

با توجه به اینکه آماره t در سه شاخص به ترتیب برابر با (۵/۷۴)، (۴/۹۹) و (۵/۴۲) بوده و این مقدار در بازه بی معنی (۱/۹۶، -۱/۹۶) قرار ندارد، می‌توان نتیجه گرفت اثرگذاری شاخص های مدل معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که هنر - صنعت ورشوسازی از جمله عوامل مهم در توسعه گردشگری شهر بروجرد است که به عنوان یکی از جاذبه های فرهنگی - تاریخی این شهر برجسته است. در این پژوهش، ابعاد مختلف ارتباط بین رونق صنعت ورشوسازی و توسعه گردشگری شهر بروجرد بررسی شد. شاخص های اثرگذار در قالب سه مولفه قرار گرفت. مدل ساختاری نشان داد که عوامل اجتماعی و فرهنگی در توسعه ورشوسازی و به تبع آن رونق گردشگری با ضریب (۰/۷۵) بیشترین نقش را دارند. در این بین، شاخص تبلیغات با ضریب (۰/۷۲) از دیگر شاخص های این مولفه اثرگذارتر بوده است. رقابت پذیری مقاصد گردشگری به شناساندن، جلوی چشم قرار گرفتن، دیده شدن و تلاش مستمر نیاز دارد. در واقع، تبلیغات با وجوه مختلف کنونی آن از قبیل تبلیغات مکتوب، تبلیغات شفاهی و شنیداری و همچنین تبلیغات اینترنتی در شناسایی این جاذبه های گردشگری بین علاقه مندان نقش بسزایی دارد. به عبارتی، به هر میزان، مصنوعات دستی و فرایند تولید ورشوسازی در جامعه داخلی و خارجی تبلیغ شود، احتمال حضور درصد بیشتری از گردشگران در شهر

بروجرد محتمل تر است که پیامد آن استفاده از مواهب گردشگری برای شهروندان است، چنان که این مطلب را پژوهش های قبل (Wisudawati & Maheswari, 2018; Haqnazari & Bakshi, 2016; Mousavi et al., 2019: 228) تأیید کرده اند. استفاده از تیزرهای تبلیغاتی در شبکه های گسترده اجتماعی استفاده از انواع موتورهای جست و جو در شبکه های وب و غیره زمینه شناسایی این هنر را در بین سایر جوامع آسان کرده است. این یافته با تحقیقات (Upadhyay, 2019; Ostonov et al., 2020) منطبق است. از دیگر عوامل دخیل در توسعه ورشوسازی و گردشگری، شاخص خدمات و میزبانی با ضریب (۰/۶۹) است. نحوه خدمات رسانی و میزبانی، علاوه بر ایجاد رضایتمندی از مقصد گردشگری، به تبلیغ شهر بروجرد نیز می انجامد. تشخیص صحیح سلاقی جامعه مهمان، انگیزه ها و ذائقه های گردشگرانی که از مناطق گوناگون برای اهداف گردشگری به این شهر سفر می کنند در خدمات رسانی بهتر به آنان مؤثر است. از سویی، مدیریت رفتار سازمانی و فرایندهای پاسخ گویی به نیازهای گردشگران و همچنین ویژگی مناسب رفتار شخصی شهروندان به عنوان میزبانان در خصوص گردشگران به ایجاد اعتمادسازی و فضای امن و حس خوشایند از حضور در فضای شهری برای بازدیدکنندگان می انجامد. به عبارتی، بازاریابی صنعت گردشگری به شناخت اولویت های ذهنی و عینی جامعه مهمان و چگونگی ارائه خدمات متناسب با آن نیاز دارد. دستیابی به چنین ظرفیت هایی نیازمند برگزاری دوره های



به دست آوردن جایگاه مناسب در بازار داخلی و خارجی و حفظ این جایگاه نیازمند استفاده از دانش روز و تکنولوژی نوین است. به کارگیری ماشین آلات مدرن، توجه ویژه به بسته بندی کالاهای تولیدی طراحی های جدید آمیخته با هنر بومی، رنگ آمیزی های سنتی متناسب با فرهنگ استان و شهر بروجرد و همچنین توجه به خلاقیت ها و نوآوری ها در تولید و عرضه محصولات در رونق بخشی به جاذبه های گردشگری فرهنگی شهر بروجرد تأثیر بسزایی دارد که با دستاورد پژوهشی (Hassan et al., 2017; Farnam et al., 2019) همراه است.

به نظر می رسد که حمایت و توسعه از ورشوسازی بروجرد، علاوه بر افزایش جاذبه شهر بروجرد، برای جامعه گردشگر داخلی و خارجی با توجه به اتکا به منابع و مواد داخلی و جذب نیروی کار در بهبود وضعیت اشتغال و درآمد شهروندان نیز مؤثر است. حمایت از این صنعت دستی در واقع حمایت از گردشگری شهر بروجرد است.

باید اشاره کرد که رویکرد مورد استفاده در پژوهش حاضر جامع نگر و متکی بر کاربرد ابعاد و متغیرهای مختلف و اثرگذار در توسعه صنایع دستی و گردشگری است. این هدف به واسطه بهره گیری از معادلات ساختاری محقق شده است که اثر متغیرهای مستقل بر وابسته را با متغیرهای میانجی ارزیابی کرده است. در واقع، پیامد برهم کنش متغیرهای مستقل حرکت به سمت منحصر به فرد بودن و دیده شدن (برندسازی) است. در نهایت، پیشنهادهایی برای توسعه گردشگری مبتنی بر هنر - صنعت ورشوسازی به شرح زیر ارائه می شود:

* استفاده از ظرفیت شبکه های اجتماعی، قابلیت های صداوسیما، تبلیغات محیطی و به منظور شناساندن این صنعت به گردشگران (برندسازی)؛
* توسعه کیفی و کمی تولیدات صنعت ورشو با استفاده از آموزش هنرجویان این صنعت توسط استادان بنام و باتجربه؛

* استفاده از پیشینه فرهنگی، تاریخی و اجتماعی استان لرستان در طراحی، تولید و رنگ آمیزی، بسته بندی محصولات ورشو؛

* حمایت از کارگاه های ورشوسازی با وضع قوانین در خصوص برخورداری از تخفیف های مالیاتی، بیمه، پرداخت تسهیلات بانکی؛

* بررسی مشکلات و چالش های تولید محصولات ورشو از دیدگاه تولیدکنندگان و استادکاران این صنعت.

آموزشی مختلف در بین سطوح متفاوت جامعه است. کسب مهارت و تجربه نیازمند آموزش های اولیه و مستمر است، چنان که شاخص آموزش با ضریب (۰/۶۳) بیانگر لزوم انتقال دانش و مهارت ها به صورت رسمی و غیررسمی در بین علاقه مندان است. حفظ و توسعه صنعت دستی ورشوسازی در بین نسل جوان، علاوه بر درآمدزایی، زمینه تقویت حضور گردشگران را فراهم می آورد که در واقع بستر ایجاد برند گردشگری فرهنگی ورشو را نیز مهیا می سازد. چنین نتایجی تأییدی بر دستاوردهای پژوهشی (Mousavi et al., 2019) است.

دومین مؤلفه مؤثر در رونق صنعت ورشوسازی بروجرد، که زمینه های توسعه و گردشگری را در پی خواهد داشت، حمایت های قانونی و مقرراتی با ضریب (۰/۶۸) است. لزوم توجه به این امر در گرو مواردی از قبیل تخفیف های مالیاتی در ایجاد کارگاه های تولید صنایع ورشوسازی، حمایت های بیمه ای و بازنشستگی از تولیدکنندگان، حمایت در امر قوانین کپی برداری و جلوگیری از سرقت های معنوی احتمالی را شامل می شود. همچنین، حمایت های سازمان ها در خصوص پرداخت تسهیلات مالی بدون بهره یا کم بهره و بلندمدت، حمایت از برگزاری نمایشگاه های تولید صنایع ورشوسازی به صورت فصلی و دائمی، ایجاد بازارچه های دائمی عرضه محصولات، ایجاد انگیزه برای حضور بخش خصوصی در حوزه های تولید، عرضه و فروش، حمایت از صادرات تولیدات با ایجاد زیرساخت های لازم، ایجاد بارکدهای هویتی برای کالاهای تولیدی، حمایت های معنوی مانند استفاده از المان های ورشوسازی به عنوان نماد گردشگری فرهنگی در سطح شهر و استان که به دیده شدن خواهد منجر شد و ایجاد اتحادیه صنفی ورشوسازی از جمله مواردی است که سازمان ها و نهاد های دولتی می توانند با حمایت از این صنعت به توسعه گردشگری شهر بروجرد کمک کنند. از طرفی، وضع قوانین و مقررات با ضریب (۰/۶۱)، اگر متناسب با شرایط اجتماعی، اقتصادی و محیطی شهر بروجرد باشد، زمینه به کارگیری جوانان در این صنعت را مهیا می سازد. متأسفانه عدم حمایت بیمه ای از فعالان این بخش و همچنین ورود کالاهای بی کیفیت از خارج تهدیدی برای کارگاه های این شهر محسوب می شود.

مؤلفه دیگری که توجه به آن در توسعه گردشگری ضرورت دارد استفاده از تکنولوژی های نوین با ضریب (۰/۶۵) است. هم اکنون، در دنیای رقابتی گردشگری،



منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

- افرا، منیژه (۱۳۹۸). نقش صنایع دستی در توسعه اقتصاد گردشگری استان لرستان. انتشارات شاپورخواست.
- افشارزاده، نشمیل، پاپزن، عبدالحمید، قمبرعلی، رضوان و مرادی، خدیجه (۱۳۹۰). توسعه صنایع دستی ضرورت پایداری توسعه و توسعه پایدار. همایش ملی صنایع فرهنگی نقش آن در توسعه پایدار، کرمانشاه.
- پایدار، ابوذر (۱۳۹۵). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل رکود صنایع دستی بلوچ (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان قصرقند). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۵(۳)، ۲۲۹-۲۱۵. <https://doi.org/10.22067/jrrp.v5i3.53952>
- حق‌نظری، سمیه و بخشی، محمدرضا (۱۳۹۶). اهمیت صنایع دستی در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سلسله). کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد، توانمندی صنعت جهانگردی در توسعه، مشهد.
- رضایی، فاطمه، عباسی، حامد و مرادی، حوریه (۱۴۰۰). نقش نمادها و المان‌های شهری در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد. فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، ۲(۵)، ۱۱۱-۱۲۵. <https://doi.org/10.52547/gasma.2.1.111>
- رمضانزاده لسبویی، مهدی و ذال، محمدحسن (۱۳۹۴). تحلیل ویژگی‌های صنایع دستی در راستای توسعه گردشگری میراث فرهنگی (مطالعه موردی: استان مازندران). برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، ۵(۴)، ۱۰۲-۸۷. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22.287485.1394.5.4.6.3>
- سازمان نقشه‌برداری کشور (۱۳۹۹). نقشه تقسیمات اداری - سیاسی کشور.
- سالنامه آماری (۱۳۹۷). سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، تهران. <http://ircud.ir/gtqmdq>
- فرنام، زینب، صادقی‌پور، احمد و ارسطو، بهروز (۱۳۹۷). تحلیل صنایع دستی بومی در توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی روستاهای شهرستان دامغان). <http://dorl.net/dor/20.1001.1.2.3453834.1397.8.16.3.0>
- کندری، توران، ابوترابی، محمدعلی و حاج‌امینی، مهدی (۱۳۹۷). تأمین مالی بیرونی و اشتغال بخش فرهنگ: مورد صنایع دستی ایران. ۱۰(۲۰)، <https://doi.org/10.29252/epj.2018.1261>
- مرشدی‌زاد، فاطمه، خواجه منصور، حسن و سارانی، مجید (۱۳۹۲). جایگاه و نقش صنایع دستی در جذب گردشگری. اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.
- موسوی، سیدنجم‌الدین، غفوری انشاگردی، امیر، سرشومی، علی و سپهوند، رضا (۱۳۹۷). توسعه صنعت گردشگری از طریق برندسازی صنایع دستی. گردشگری و توسعه، ۷(۴)، <https://doi.org/10.22034/jtd.2018.117569.1323>
- وحدتی، حجت، ناصرپور، مهرداد و صیاد منصور، پیمان (۱۴۰۰). اثر قابلیت‌های نوین صنایع دستی بر جهش تولید و توسعه بازارهای هدف گردشگری استان لرستان. دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۹(۱۷)، <https://doi.org/10.52547/journalitor.36049.9.17.0>
- همتی، مرضیه، زرغام بروجنی، حمید و پورفرج، اکبر (۱۳۹۳). اثرات اقتصادی توسعه گردشگری بر شکوفایی صنایع دستی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی - دانشکده حسابداری و مدیریت.

منابع

- Afra, M. (2018). The role of handicrafts in the development of the tourism economy of Lorestan province. *Shapoorkhasat Publications*. [In Persian]
- Afsharzadeh, N., Popzan, A. H., QombrAli, R., & Moradi, K. (2011). The development of handicrafts is the necessity of sustainable



- Karamian, G. (2020). Historical metal works named Warsaw in Iran. *Historia i Świat*, (9), 205-218. <https://doi.org/10.34739/his.2020.09.15>
- Kokko, S., & Dillon, P. (2011). Crafts and craft education as expressions of cultural heritage: individual experiences and collective values among an international group of women university students. *International Journal of Technology and Design Education*, 21(4), 487-503. https://doi.org/10.1386/eta.12.1.21_1
- Kondori, T., Aboutorabi, M., & Hajamini, M. (2018). External Financing and Employment in Cultural sector: A Case Study of Handicrafts in Iran. *The Journal of Economic Policy*, 10(20), 103-133. <https://doi.org/10.29252/epj.2018.1261> [In Persian]
- Kruja, A. (2012). The Impact of Tourism Sector Development in the Albanian Economy. *Economia. Seria Management*, 15(1), 204-218.
- Kruja, A. D., & Berberi, E. (2020). Tourism and Handicraft Industry: Opportunities and Challenges of Operating in the Albanian Market. Cases on Global Leadership in the Contemporary Economy, 119-136. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8088-1.ch007>
- Morshidizad, F., Khajeh Mansouri, H., & Sarani, M. (2013). The position and role of handicrafts in attracting tourism. The first national conference on tourism, geography and sustainable environment, Hamadan. [In Persian]
- Mousavi, S. N., ghafourian shagerdi, A., sereshoumi, A., & Sepahvand, R. (2019). Development of tourism industry through branding of handicrafts. *Journal of Tourism and Development*, 7(4), 226-240. <https://doi.org/10.34739/his.2020.09.15>
- development and sustainable development. National conference of cultural industries and its role in sustainable development, Kermanshah. [In Persian]
- Azharunnisa, A., Gupta, S., & Panda, S. (2022). Craft culture revival through a sustainable approach of integrating tourism with craft promotion: case study of Puri, Odisha. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 14(3), 397-418. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20241323>
- Canavan, B. (2016). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability. *Tourism Management*, 53, 229-243. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.002>
- Farnam, Z., SADeghi por, A., & Arasto, B. (2019). Analysing native Handicrafts in Rural Tourism Development Case Study of Villages in Damghan. *SciJPH*, 8(16), 53-62. <http://dori.net/dor/20.1001.1.23453834.1397.8.16.3.0> [In Persian]
- Haqnazari, S., & Bakshi, M. R. (2016). The importance of handicrafts in the development of tourism. International Conference on New Researches in Management, Economy, Capacity of Tourism Industry in Development, Mashhad. [In Persian]
- Hassan, H., Tan, S. K., Rahman, M. S., & Sade, A. B. (2017). Preservation of Malaysian handicraft to support tourism development. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 32(3), 402-417. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.10007375>
- Hemmati, M., Zargham Borojni, H., & Porfaraj, A. (2014). The economic effects of tourism development on the flourishing of handicrafts in Iran. Master's thesis. Allameh Tabatabai University, Faculty of Accounting and Management. [In Persian]

- competitiveness factors in the handicrafts industry. *Polish Journal of Management Studies*, 12(1), 166-176.
- Sokhanvar, A., Çiftçioğlu, S., & Javid, E. (2018). Another look at tourism-economic development nexus. *Tourism management perspectives*, 26, 97-106. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.03.002>
- Statistical yearbook (2017). Organization of cultural heritage, handicrafts and tourism. *Tehran*<http://ircud.ir/gtqmdq> [In Persian]
- Upadhyay, P. (2019). Handicraft Tourism in Pokhara: Connecting the Past Tradition to the Present. *Journal of Nepalese Business Studies*, 12(1), 33-44. <https://doi.org/10.3126/jnbs.v12i1.28181>
- UNESCO Publication (2006). Seal of Excellence for Handicrafts, Paris.
- Vahdati, H., Naserpour, M., & Sayad Mansour, P. (2021). Investigating the Potentials of handicraft Items on Production Boost and Development of Tourism Target Markets in Lorestan province. *Journal of Tourism Social Studies*, 9(17), 245-266. <https://doi.org/10.52547/journalitor.36049.9.17.0> [In Persian]
- Wisudawati, N. N. S., & Maheswari, A. I. A. (2018). Potential of Silver Craft Product through to Community-Based for Tourism Sustainability in Celuk Village. *International research journal of management, IT and social sciences*, 5(1), 9-15. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v5i1.588>
- doi.org/10.22034/jtd.2018.117569.1323 [In Persian]
- Ostonov, O. A., Akhmedov, K. A., Khushvaktov, K. O., & Norimovich, K. K. (2020). Some Features Of The Development Of National Crafts On The Basis Of Tourism In Uzbekistan. *Journal of Critical Reviews*, 7(11), 1256-1261. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.11.212>
- Paidar, A. (2016). Identify and prioritizing the determinants of flourishing handicrafts baluch (Case study: Rural areas in Qasr-e Qand County). *Journal of Research & Rural Planning*, 5(3), 215-229. <https://doi.org/10.22067/jrrp.v5i3.53952> [In Persian]
- <https://doi.org/10.22067/jrrp.v5i3.53952>
- Ramezanzadeh lasboyee, M., & Zaal, M. H. (2016). Crafts features Analysis to develop heritage tourism an (O.P.C.T.L) model (Case study: Mazandaran province). *Spatial Planning*, 5(4), 87-102. <https://doi.org/10.1001.1.22287485.1394.5.4.6.3> [In Persian]
- Rezaee, F., Abbasi, H., & Moradi, H. (2021). The Role of Symbol and Urban Elements in Tourism *Development of Khorramabad City. JGSMA*, 2(1), 111-125. <https://doi.org/10.52547/gasma.2.1.111> [In Persian]
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Roostika, R., Wahyuningsih, T., & Haryono, S. (2015). The impacts of external