

Psychological Factors Affecting the Development of Handicrafts in Rural Areas of Zanjan Township

Shirin Soltani¹, Roya Karami^{*2}

¹ M. Sc. Graduate, Rural Development, Department of Extension, Communication and Rural Development, Faculty of Agriculture, University of Zanjan, Zanjan, Iran,

² Assistant professor, Department of Agriculture, Faculty of Technical Engineering, Payame Noor University, Tehran, Iran
Email: royakarami@pnu.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Full
Paper

Article history:

Received:
13.01.2023
Revised:
07.04.2023
Accepted:
19.08.2023

Keywords:

Handicrafts
Risk Taking
Self-Confidence
Creativeness
Foresight
Motivation

Changes in lifestyle and rural employment vulnerability have caused a lot of attention to handicrafts due to the ease of their development. Handicrafts with unique features such as: relying on local production factors, indigenous knowledge, being capital-accumulators, being labor-oriented, involving women in production, diversifying household income sources, reducing income risk, having deep and stable roots in the rich culture of the country, improving the welfare of rural households without destroying natural resources, has a pivotal role in employment and helping the sustainable livelihood of rural communities. In this regard, identifying and investigating the psychological characteristics of industrialists in order to develop and produce more, newer and higher-quality goods is very important. Therefore, this study was conducted with the main purpose of investigating the role of psychological factors affecting the development of handicrafts in the rural areas of Zanjan Township. The statistical population of this research was 19,435 people who are the beneficiaries of the agricultural sector of Zanjan Township, among them handicrafts producers were selected as the target population, and using the stratified proportional sampling method, the target sample was selected from the village level of Zanjan Township. The sample size was 200 people based on Cochran's formula. The tool used in this research was a questionnaire which its face and content validity were examined by asking the opinion of subject matter specialists and the composite reliability was evaluated and approved for the research variables was in the range of .82 up to .92. Data analysis was done using SPSS₂₀ and AMOS₂₄ statistical software. The research findings showed that psychological factors including risk-taking, self-confidence, foresight, and motivation have a positive and significant effect on the development of handicrafts.

Cite this article: Soltani, Sh., & Karami, R. (2023). Psychological Factors Affecting the Development of Handicrafts in Rural Areas of Zanjan Township. *Journal of Rural Development and Extension Studies*, 1 (1), 71-89.



© The Author(s).

Publisher: University of Zanjan

عوامل روان‌شناختی مؤثر بر توسعه صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان

شیرین سلطانی^۱، رویا کریمی^{۲*}

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
^{۲*} استادیار، گروه کشاورزی، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، رایانامه: royakarami@pnu.ac.ir

اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله: مقاله کامل علمی- پژوهشی

ایجاد تحول در شیوه زندگی و آسیب‌پذیری اشتغال روستایی سبب توجه فراوان به صنایع دستی با توجه به سهولت توسعه آن‌ها شده است. صنایع دستی با خصوصیات ممتازی چون: تکیه بر عوامل تولید محلی، دانش بومی، سرمایه اندوز بودن، کاربر بودن، مشارکت دادن زنان در تولید، متنوع کردن منابع درآمد خانوار، کاهش ریسک درآمد، برخورداری از ریشه‌های عمیق و پایدار در فرهنگ غنی کشور، بهبود رفاه خانوار روستایی بدون تخریب منابع طبیعی، دارای جایگاه محوری در اشتغال و کمک به معیشت پایدار جوامع روستایی است. در این میان شناسایی و بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی تولیدکنندگان صنایع دستی در جهت توسعه، تولید کالاهای بیشتر، جدیدتر و باکیفیت‌تر حائز اهمیت فراوانی می‌باشد. از این رو این مطالعه با هدف کلی بررسی نقش عوامل روان‌شناختی مؤثر بر توسعه صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان انجام شد. جامعه آماری این تحقیق ۱۹۴۳۵ نفر بهره‌برداران بخش کشاورزی شهرستان زنجان می‌باشند که از بین آن‌ها تولیدکنندگان صنایع دستی به‌عنوان جامعه هدف انتخاب و با استفاده از روش نمونه‌گیری تناسبی طبقه‌ای، نمونه موردنظر از سطح روستاهای شهرستان زنجان انتخاب گردید. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برابر با ۲۰۰ نفر تعیین گردید. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه بود که روایی ظاهری و محتوایی آن با نظرخواهی از متخصصان موضوعی مورد بررسی قرار گرفت و پایایی ترکیبی، برای متغیرهای تحقیق در رنج ۰/۸۲ تا ۰/۹۱ ارزیابی و تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری SPSS²⁴ و AMOS²⁴ انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل روان‌شناختی شامل ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، آینده‌نگری و انگیزه از اثر مثبت و معنی‌دار بر توسعه صنایع دستی برخوردار هستند.

واژه‌های کلیدی: صنایع دستی، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، خلاقیت، آینده‌نگری، انگیزه

استناد: سلطانی، ش. و کریمی، ر. (۱۴۰۲). عوامل روان‌شناختی مؤثر بر توسعه صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان. دو فصلنامه تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، ۱ (۱)، ۸۹-۷۱.

مقدمه

رشد جمعیت، بیکاری و منابع مالی ناکافی برای برنامه‌های توسعه اقتصادی سبب توجه فراوان به صنایع کوچک من جمله صنایع دستی شده است که با ایجاد فرصت‌های اشتغال در سطوح مختلف و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی مخصوصاً در جوامع روستایی می‌تواند راهکاری مناسب برای توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه باشد. تا آنجا که مطالعه انجام شده در لرستان نشان داده که قابلیت‌های نوین صنایع دستی روستایی و توسعه بازارهای هدف می‌تواند بر جهش تولید تأثیرگذار باشد (وحدتی و ناصر پور، ۱۴۰۰). در حقیقت صنایع دستی منعکس‌کننده دانش بومی است که صنعتگران آن به‌خصوص در مناطق روستایی به علت عدم وجود دانش کافی در زمینه بازاریابی، عدم دسترسی به منابع مالی، عدم وجود مهارت‌های کسب‌وکار، فقدان امکان ارزیابی صحیح میزان عرضه و تقاضای محصول، با چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو هستند (Kumar & Fatima, 2015). حفظ و توسعه این دانش بومی از طریق تلفیق آن با دانش رسمی روز تا جایی که هویت تاریخی و فرهنگی صنایع دستی فراموش نشود، می‌تواند علاوه بر تولید اقتصادی، به‌عنوان یک فعالیت فرهنگی و گردشگری نیز باشد که منجر به تولید کالاهای جدید شده و درآمد فراوانی را نصیب مردم کند ((Parnwell, 2018; Jain & Chandravanshi, 2022). این در حالی است که علی‌رغم اهمیت صنایع دستی در اقتصاد روستایی، این صنایع در بسیاری از مناطق کشور جایگاه اولیه خود را از دست داده است (بامدی و همکاران، ۱۴۰۱). اقتصاد نفتی سبب شده صنایع دستی به‌عنوان فعالیت مکمل در اقتصاد مورد توجه قرار گیرد و جایگاه واقعی، حجم فروش و صادرات صنایع دستی کشور در مقایسه با کشورهای دیگر شفاف نباشد (رحمن ستایش، ۱۳۹۶).

صنایع دستی به دلیل تنوع و قابلیت دسترسی برای همه افراد جویای کار به‌ویژه در مناطق روستایی (Thaba, Chingono, & Mbohwa, 2015) سبب افزایش بهره‌وری نیروی انسانی می‌شود (Kazemiyeh, Sadighi, & Chizari, 2016). صنایع دستی با خصوصیات ممتازی چون: تکیه بر عوامل تولید محلی، دانش بومی، کمک به معیشت پایدار (Omid, 2015)، سرمایه اندوز بودن، کاربر بودن، مشارکت دادن زنان در تولید، متنوع کردن منابع درآمد خانوار، کاهش ریسک درآمد، برخورداری از ریشه‌های عمیق و پایدار در فرهنگ غنی کشور (وحدتی و ناصر پور، ۱۴۰۰)، بهبود رفاه خانوار روستایی بدون کاهش و تخریب منابع طبیعی، تأثیر بسزایی در صادرات و تجارت خواهد داشت (FAO, 2014) و بالقوه‌های لازم جهت خروج از اقتصاد تک‌محصولی و توسعه فعالیت‌های انسانی، پویا و صنعت بدون آلودگی را دارد (یعقوبی‌فرانی و جلیلیان، ۱۳۹۴). صنایع دستی روستایی به دلیل وجود تقاضا به‌عنوان محصولی برگرفته از طبیعت (Esonov, 2021) و بهره‌گیری از فناوری‌های محلی، تنوع‌بخشی به ساختار اقتصاد روستایی، بهبود محیط کسب‌وکار و تقویت بنیه اقتصادی مناطق روستایی می‌تواند سهم بالایی در رشد اقتصادی کشور داشته باشد (عباسی و کاکایی، ۱۴۰۱)، اما اغلب به‌صورت مشاغل غیررسمی تلقی شده و درآمد چندانی را نصیب روستا و کشور نمی‌کنند. صنایع دستی از طریق ایجاد روابط انسانی جدید، خلق فهم و تفسیر زندگی، ارتباط با فرهنگ و اجتماع و نیز ارتباط با طبیعت و اقتصاد و معیشت و ایجاد فرصت‌های گسترده‌تر اقتصادی، دارای ارتباط پیچیده و درهم‌تنیده‌ای با توسعه پایدار است (کریمی، ۱۴۰۰). صنایع دستی به‌عنوان یک شناخت خلاقانه از پایداری و در متن توسعه پایدار به‌عنوان یک راه حل جدید و متفاوت از روش‌های دیگر است. از جمله ویژگی‌هایی که صنایع دستی را در حیطه پایداری مطرح می‌کند دانش تخصصی، بومی‌سازی، اخلاق‌مداری و تداوم سنت‌ها است (Zhan & Walker, 2018). صنایع دستی در

متن سبک زندگی جریان داشته، بخشی از میراث فرهنگی است، از دوره‌های مختلف تمدن بشری عبور کرده و در فرهنگ معاصر نقش جدید یافته است که بسترساز توسعه پایدار باشد. اهمیت صنایع دستی در دنیای امروز تا جایی است که نهضتی با عنوان "دای کرافت"¹ به معنای خودت بساز مطرح است که طی آن افراد در جریان ساخت صنایع دستی، هم از مهارت‌های صنایع دستی و خلاقیت و هم از دیدگاه‌های اجتماعی و سیاسی یکدیگر استفاده می‌کنند (Harkenon, Huhmaniemi & Jokela, 2018)؛ بنابراین صنایع دستی دارای ابعادی متناسب با نیاز توسعه پایدار مبتنی بر مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و سیاسی است (Zhan & Walker, 2018). (بهرامی، ۱۳۹۹) با توجه به اینکه توسعه پایدار روستایی از مسیر توسعه صنایع خلاق می‌گذرد (ابریشمی، بیدرام، ماجد، و بخشایش، ۱۳۹۸) و صنایع دستی یکی از صنایع خلاق بشمار می‌رود و توسعه آن جزو برنامه‌های اقتصاد مقاومتی است (Mahmoodi And Khataee, 2016) و می‌تواند تأثیرگذار برجسته تولید و مرتفع‌کننده بیکارهای پنهان و آشکار مخصوصاً در جوامع روستایی باشد (وحدتی و ناصر پور، ۱۴۰۰)، در این تحقیق بررسی توسعه صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان با توجه به ظرفیت بالای زنجان در تولید صنایع دستی از جمله چاقوسازی، گلیم‌بافی، جاجیم‌بافی، چاروق دوزی، سفالگری، ملیله‌کاری، فرش‌بافی، فلزکاری، مسگری و نقره‌سازی موردنظر است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اگرچه مطالعات بسیاری در زمینه صنایع دستی و برخی عوامل مؤثر بر توسعه آن در برخی مناطق انجام شده است، اما مطالعه تلفیقی که به توسعه پایدار صنایع دستی در مناطق با پتانسیل بالا در تولید این صنایع، پرداخته باشد، بسیار محدود است (Esonov, 2021). توسعه پایدار صنایع دستی به تمام اشکال تولید صنایع دستی از قبیل مدیریت و فعالیت‌های حفظ و احیای آن و در نتیجه افزایش رفاه اقتصادی و اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی اشاره دارد (طول گیلانی، اکبری، و صنوبر، ۱۳۹۳). در این مطالعه گرایش به توسعه پایدار صنایع روستایی به‌عنوان یک رفتار در نظر گرفته شده که بندورا آن را متأثر از عوامل فردی و محیطی می‌داند. مطالعات مختلفی به عوامل محیطی مؤثر بر توسعه صنایع دستی مانند عوامل اقتصادی، اجتماعی، سازمانی و غیره اشاره داشته‌اند (شریف‌زاده و کریمی، ۱۳۹۵) اما این مطالعه به‌طور ویژه بررسی عوامل روان‌شناختی فردی را مدنظر دارد. بندورا در نظریه خود بر یادگیری از طریق مشاهده و مدل‌سازی در یک محیط اجتماعی تأکید دارد و بر اساس آن رفتار یا گرایش به انجام یک کار مانند توسعه صنایع دستی را شکل گرفته با فرآیندهای شناختی می‌داند (Bandura, 1999). بر اساس این نظریه انسان موجودی فعال و اجتماعی است که از مشاهده جهان اجتماعی، از طریق تفسیر شناختی جهان و یا از طریق تقویت یا تنبیه پاسخ‌های خود، اطلاعات و مهارت‌های پیچیده زیادی را می‌آموزد. در این دیدگاه، افراد را نه نیروهای درونی تحریک می‌کنند و نه محرک‌های محیطی آنان را به تلاش وامی‌دارند، بلکه کارکرد روانی آن‌ها، با توجه به واکنش متقابل پیوسته میان عوامل تعیین‌کننده شخصی و محیطی تبیین می‌شود (Bandura, 2001). در دسته عوامل فردی-شناختی، بندورا به آنچه به توانایی‌های فرد مربوط می‌شود اشاره دارد که این توانایی‌ها می‌توانند فکری و ذهنی باشند، مثلاً باور داشتن به توانایی و در نتیجه کسب مهارت‌ها، از طریق مکانیسم‌های روانی از قبیل انگیزه پیشرفت، اعتمادبه‌نفس، افزایش خلاقیت و سایر عوامل روان‌شناختی، ایجاد شده و سبب تولید الگوهای جدید و متفاوت در رفتار افراد می‌شوند

¹Do It Yourself (DIY CRAFT).

(Bandura, 2000). تئوری بندورا در مطالعات تبیین رفتار نتایج مطلوبی نیز داشته است (شریف‌زاده و کریمی، ۱۳۹۵). با توجه به آنچه اشاره شد، در این بررسی متغیرهایی شامل سطح ریسک‌پذیری، اعتمادبه‌نفس، خلاقیت، آینده‌نگری و انگیزه در دسته عواملی فردی-روانشناختی در نظر گرفته شده است که می‌توانند گرایش افراد به یک رفتار خاص مانند توسعه صنایع سنتی مؤثر باشند که در ادامه شرح داده می‌شود:

ریسک‌پذیری: ریسک عبارت است از خطری که به علت عدم اطمینان در مورد وقوع حادثه‌ای در آینده پیش می‌آید و هرچقدر این عدم اطمینان بیشتر باشد اصطلاحاً گفته می‌شود که ریسک بیشتر است و یکی از عوامل بسیار مهم در تصمیم‌گیری برای آغاز یک فعالیت اقتصادی است (ابراهیمی سروعلیا و صابونچی، ۱۳۹۸). پذیرش یک ریسک، قرار دادن خود در معرض آسیب یا زیان است و به‌نوعی با هیجان خواهی در ارتباط است. ریسک‌پذیری شامل آمادگی فرد برای استفاده از منابع در راستای بهره‌گیری از فرصت‌ها و شروع فعالیت‌ها بدون اطلاع داشتن از نتایج و بازگشت سرمایه است (Hough & Scheepers, 2008). پیگیری سریع فرصت‌ها، تأمین منابع و انجام فعالیت‌های گوناگون از ویژگی‌های ریسک‌پذیری می‌باشد. احمدی، روشن قیاس، رشوند و اکبری (۱۳۹۳) در تحقیق خود ترس از ریسک را از جمله مهم‌ترین موانع گسترش مشاغل خانگی برشمردند. ریسک‌پذیری همچنین در میان ویژگی‌های مؤثر رفتاری - اجتماعی کارآفرینان شناسایی شده که حتی می‌تواند پیشران مؤلفه‌های دیگر مانند توفیق طلبی باشد (سهرابی و مختاری، ۱۴۰۱).

اعتمادبه‌نفس: اعتمادبه‌نفس از تفاوت بین خود ادراک شده (یک تصویر عینی از خود) و خود ایده‌آل (چیزی که شخص آن را با ارزش می‌داند) نشأت می‌گیرد، به‌طوری‌که فاصله زیاد بین خود ادراک شده و خود ایده‌آل، موجب اعتمادبه‌نفس پایین شده و تفاوت و فاصله کم بین آن‌ها، حاکی از اعتمادبه‌نفس بالاست. افراد با اعتمادبه‌نفس بالا باور دارند راه‌حل‌های جدید برای حل مسائل وجود دارد که برای یافتن آن‌ها باید از اراده قوی برخوردار باشند (Erdilek Karabay, Akyüz & Elçic, 2016). اعتمادبه‌نفس و خودباوری می‌تواند زمینه‌ساز موفقیت افراد در فعالیت‌های خود باشند و ضعف اعتمادبه‌نفس که به علت ناآگاهی، عدم اطمینان، تقلید کورکورانه، تنبلی و غیره می‌باشد سبب شکست در فعالیت‌ها می‌شود. باورهای ذهنی و اعتمادبه‌نفس در فعالیت، ضمیر ناخودآگاه، افکار و رؤیایا را به‌سوی موفقیت پیش می‌برد و با دور کردن افکار منفی، انرژی مثبت افراد را افزایش داده و به موفقیت می‌انجامد (Chauali, Souidenb & Ladharib, 2017). میزان اعتمادبه‌نفس از جمله عوامل مؤثر بر کارآفرینی برشمرده می‌شود (Welsh, Memilia & Kaciak, 2016). اعتمادبه‌نفس، حاصل از دانش و تجارب است، بنابراین احساس توانایی و اطمینان در طول زمان و با انجام فعالیت و کسب تجربه به دست می‌آید، چراکه پس از شکست‌های کوچک می‌توان کارهای بزرگ‌تر را انجام داد. در این میان استمرار و تلاش، رمز افزایش اعتمادبه‌نفس و خودباوری صنعتگران و در نتیجه رمز ماندگاری و توسعه آنان می‌باشد (Erdilek Karabaya et al., 2016).

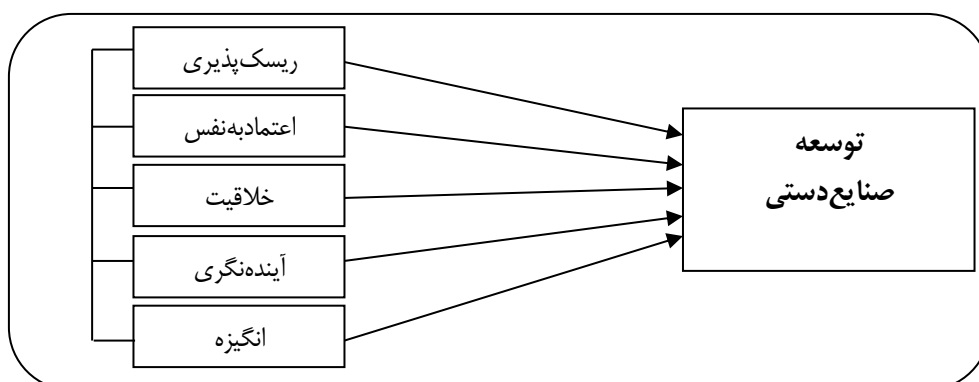
خلاقیت: خلاقیت به معنی توانایی ترکیب اندیشه‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد و ایجاد ارتباط بین آن‌ها برای یافتن راه‌حل جدید برای حل یک مسئله است (Drapeau, 2014). هرچه افراد از خلاقیت بالایی برخوردار باشند سریع‌تر به ایده‌های متنوع برای حل مسائل و مشکلات خود می‌رسند. به‌عبارت‌دیگر، خلاقیت شامل توانایی خلق ایده‌ها و ابتکار در پاسخ‌های جدید می‌باشد؛ بنابراین تلاش افراد برای حل مسئله و خلق ایده‌ای نو، به‌عنوان خلاقیت یاد می‌شود (Campos, Rubio, Atondo & Chorres, 2015). برخی از شخصیت‌ها بیشتر مستعد تفکر خلاق هستند که از صفات

مهم آن‌ها، می‌توان به خود نظمی بالا، پشتکار در مواجهه با مشکلات، استقلال، تحمل ابهام و غیره اشاره نمود که به‌عنوان یک ارزش کلیدی سبب موفقیت افراد در امر مدیریت استراتژی‌های بازاریابی، برنامه‌ریزی مالی و توسعه رقابت در کسب‌وکار خود و در نتیجه سوددهی می‌شود. هم‌نشینی فرهنگ، هنر، و دانش خالق گونه‌ای از نظام اقتصادی به نام اقتصاد خلاق است که صنایع دستی به‌عنوان شاخه‌ای از صنایع خلاق در این نظم اقتصادی جدید مورد توجه جدی است و تنها استعدادهای خلاق می‌توانند در این عرصه موجب ارزش افزایی اقتصادی شوند (ابریشمی و همکاران، ۱۳۹۸). بر طبق بررسی‌های اکبری، غلام‌زاده، و شامانیان (۱۳۹۴) شایستگی‌های جوانان روستایی در زمینه کسب‌وکارهای صنایع دستی شامل؛ فعالیت با منابع محدود، خلاقیت و تنوع در محیط، آگاهی از اهمیت وجود میراث فرهنگی و علاقه به حفظ آن، سبب بالا بردن قابلیت‌ها و توانایی‌های روستاییان و ایجاد اشتغال در زمینه صنایع دستی می‌شوند.

آینده‌نگری: آینده‌نگر بودن و داشتن چشم‌اندازی به آینده سبب رفع ابهام افراد در فعالیت‌های خود شده و فرد باعلاقه بیشتری به مسیر و هدف خود ادامه می‌دهد (Ahlin & Drnovsek, 2014). آینده‌نگری نیازمند آینده‌شناسی است، آینده‌شناسی، شناخت وضعیت یک جزء یا یک نظام کوچک یا بزرگ اجتماعی یا طبیعی است و آینده‌شناس در چگونگی پیوند رویدادها، نگرش و شناخت خاص خود را دارد (Miranda, Wheeler, Polanco-Roman & Marroquín, 2017). طبق نتایج تحقیقات خوش‌مرام، زرافشانی و غلیزاده (۱۳۹۳) وجود سرمایه‌های انسانی دارای دانش و تجربه و سرمایه‌های اجتماعی سبب آینده‌نگری و تشخیص ایده و فرصت توسط تولیدکنندگان می‌شود. بنابراین آینده‌نگری سبب می‌شود افراد با استفاده از شناختی که از محیط اطراف خود دارند با توجه به ماهیت و توانایی‌های ذهنی خود علاوه بر برنامه‌ریزی برای آینده خود، فرصت‌های گوناگون را در زمینه تولید، بازاریابی و فروش تشخیص داده، برای نیازهای مالی، هزینه‌های تولید و حتی سود و زیان خود برنامه‌ریزی کنند تا در آینده با شکست مواجه نشوند و در صورت مواجه شدن با مشکل، آمادگی و راه‌حل لازم را برای آن داشته باشند. مطالعه میر واحدی، طغرابی و سنجریان (۱۳۹۶) نیز نشان داد که علاوه بر عوامل اجتماعی، عوامل فردی از قبیل احساس خودکارآمدی، خلاقیت، جست‌وجوی منظم فرصت‌ها، آینده‌نگری، انگیزه و هوشیاری کارآفرینانه در خلق و کشف فرصت تأثیر بسزایی داشته و سبب شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه خواهد شد.

انگیزه: انگیزه، میل یا خواسته درونی است که سبب نیروبخشی و هدایت رفتار افراد می‌شود. وجود انگیزه سبب تفاوت در توانایی، خواست و اراده افراد شده و تنها افراد دارای انگیزه قوی می‌توانند از فرصت‌ها به‌خوبی بهره‌مند شوند (Kallviks, Nilsson & Karlsson, 2015). از طرفی درک افراد نسبت به نتایج حاصل از انجام یک رفتار، انگیزه افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (صیف و همکاران، ۱۳۹۴). انگیزه دارای ابعاد مختلف مادی و معنوی است که سبب افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه افراد و ارائه ایده‌های نو می‌شود. انگیزه‌های مادی اشاره به تمایل افراد به کارفرمای خود بودن تنها جهت کسب سود مالی و قدرت می‌باشد و انگیزه‌های معنوی اشاره به تمایل به خودشکوفایی و محقق ساختن حداکثر توانایی‌های بالقوه فرد توسط خودش است تا از تمام استعدادهای نهفته خود استفاده کند، به‌طوری‌که فرد دائماً به‌طور سازنده و به‌صورت فزاینده‌ای به‌سوی رشد و کمال گام بردارد. تمایل به خودشکوفایی بالاترین سطح انگیزه و یکی از مؤثرترین انگیزه‌های افراد می‌باشد که نتیجه آن در اولویت قرار دادن هدف و حرکت به‌سوی آن خواهد بود و در این صورت روابط شخصی، پروژه‌های با سود مالی و غیره در اولویت پایین‌تری قرار خواهند گرفت. به‌عبارت‌دیگر تمایل به خودشکوفایی به معنای رسیدن به بالاترین سطح سلامت روانی است. انگیزه مالی به‌تنهایی

نمی‌تواند قدرتی برای شروع و توسعه فعالیت به فرد بدهد، هرچند که معیار مناسبی برای اندازه‌گیری موفقیت فعالیت افراد بوده است (Walker & Webster, 2004). انگیزه پیشرفت طلبی همراه با علاقه‌مندی نسبت به کار، عزت‌نفس و درک نسبت به خودکارآمدی و خودمدیریتی در توسعه فعالیت‌های تولیدی صنایع‌دستی نقش مثبت و معناداری دارد (شریف‌زاده و کریمی، ۱۳۹۵). مطالعه میرزاده، عزیزی و فهیم (۱۳۹۴) نشان داد که برگزاری کلاس‌های آموزشی سبب پرورش شخصیت، تحریک انگیزه‌ها و افزایش دانش و مهارت‌های کارآفرینی در مشاغل خانگی می‌شود. تبیین این مسأله به چرایی روی آوردن افراد به فعالیت‌هایی کمک می‌کند که می‌تواند عامل رشد اقتصادی و توسعه پایدار باشد. نتایج مطالعات پیشین در حوزه‌های مرتبط نشان داد که علاوه بر عوامل محیطی مؤثر بر ایجاد و توسعه کسب‌وکار، شاخص‌ها و الگوهای روان‌شناختی وجود دارد که می‌تواند حتی در هدایت عوامل محیطی هم مؤثر باشد؛ بنابراین بررسی و شناسایی وضعیت موجود جامعه هدف از نظر ریسک‌پذیری، اعتمادبه‌نفس، خلاقیت، آینده‌نگری و انگیزه در این مطالعه در قالب مدل مفهومی پژوهش (شکل ۱) موردنظر قرار گرفت. بررسی این عوامل می‌تواند زمینه‌ساز اتخاذ تدابیر لازم برای توسعه و پایداری صنایع‌دستی و در نتیجه پایداری فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی و در نهایت معیشت پایدار تولیدکنندگان صنایع‌دستی روستایی و کاهش فقر و مهاجرت آنان باشد. با توجه به مبنای نظری تحقیق برگرفته از یادگیری شناختی بندورا در تبیین رفتار که در این تحقیق توسعه صنایع‌دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان است، هدف کلی این تحقیق بررسی نقش عوامل روان‌شناختی مؤثر بر توسعه صنایع‌دستی می‌باشد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

این تحقیق از لحاظ نوع پژوهش کمی بوده است و از نظر هدف، جزء تحقیقات کاربردی به شمار می‌رود. مطالعه تحلیلی توصیفی حاضر با روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق، بهره‌برداران بخش کشاورزی شهرستان زنجان می‌باشند که از بین آن‌ها تولیدکنندگان صنایع‌دستی به‌عنوان جامعه هدف انتخاب شدند. شهرستان زنجان به‌عنوان مرکز استان زنجان، بر اساس آمارنامه سال ۱۳۹۵ دارای جمعیتی برابر ۵۲۱۳۰۲ نفر می‌باشد که ۴۳۳۴۷۵ نفر در شهر و ۸۷۸۲۶ نفر در روستا ساکن می‌باشند و معادل ۱۹۴۳۵ نفر بهره‌بردار بخش کشاورزی می‌باشند. نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری تناسبی طبقه‌ای در چند مرحله صورت گرفت که طی آن ابتدا از سه بخش شهرستان زنجان، دو بخش مرکزی و زنجان‌رود انتخاب شد و از این دو بخش، چهار دهستان زنجان‌رود بالا، معجزات، بناب و زنجان‌رود پایین انتخاب گردید. در مرحله بعد از هر دهستان با انتساب متناسب بر اساس جمعیت دهستان، ۱۲ روستا

به صورت تصادفی انتخاب و در سطح جامعه روستایی نمونه مورد نظر به صورت تصادفی انتخاب گردید. جهت تعیین حجم نمونه، از فرمول کوکران استفاده شد و حجم نمونه برابر با ۲۰۰ نفر تعیین گردید. داده‌های بخش نظری بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای و با مراجعه به پایگاه‌های اینترنتی معتبر جمع‌آوری شده است. همچنین در این بخش با توجه به مطالعات و ادبیات نظری موجود به شناسایی عوامل روان‌شناختی مؤثر در توسعه صنایع دستی پرداخته شد و به منظور بررسی نقش این عوامل بر توسعه صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان از ابزار پرسشنامه استفاده گردید. ابزار تحقیق پرسشنامه مشتمل بر سه قسمت شامل مشخصات فردی (شامل: سن، جنس، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات و بعد خانوار)، مؤلفه‌های روان‌شناختی به‌عنوان متغیرهای مستقل تحقیق (شامل: ریسک‌پذیری، اعتمادبه‌نفس، خلاقیت، آینده‌نگری و انگیزه) و توسعه صنایع دستی به‌عنوان متغیر وابسته این تحقیق بود. در تحقیق حاضر جهت سنجش متغیر میزان ریسک‌پذیری از پرسشنامه احمدی و همکاران (۱۳۹۳) استفاده گردیده است که مشتمل بر ۶ گویه است. همچنین جهت سنجش متغیر میزان اعتمادبه‌نفس از پرسشنامه اردلیک کارابایا و همکاران (Erdilek Karabaya et al., 2016) مشتمل بر ۶ گویه استفاده گردیده است. سنجش متغیر میزان خلاقیت با استفاده از پرسشنامه هیت مار و همکاران (Hittmar, Varmusa & Lendel, 2015)، مشتمل بر ۶ گویه انجام گردیده است. متغیر سطح آینده‌نگری با پرسشنامه‌های میراندا (Miranda et al., 2017) و پالیوکات و پیسیزا (Paliokaitė & Pačėsa, 2015) سنجش شده که مشتمل بر ۵ گویه است. سنجش انگیزه با استفاده از پرسشنامه‌های گاگن و دسی (Gagné & Deci, 2005)، کونز و پفاف (Kunz & Pfaff, 2002) و پارکر و همکاران (Parker, Williams & Turner, 2006) انجام شده است که مشتمل بر ۶ گویه است. مقیاس سنجش برای همه متغیرهای روان‌شناختی بر اساس طیف ۵ سطحی لیکرت از ۱= کاملاً مخالفم تا ۵= کاملاً موافقم تنظیم شده است. همچنین متغیر وابسته توسعه پایدار صنایع دستی به صورت محقق ساخته بوده و مشتمل بر ۸ گویه بوده است و مقیاس سنجش آن بر اساس طیف ۵ سطحی لیکرت از ۱= کاملاً مخالفم تا ۵= کاملاً موافقم تنظیم شده است (جدول ۱).

روایی ظاهری و محتوایی ابزار تحقیق با نظرخواهی از اساتید گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان تأیید شد. علاوه بر روایی ظاهری و محتوایی در این مطالعه روایی همگرا^۱ و تشخیصی^۲ ابزار تحقیق پس از گردآوری داده‌ها اصلی ارزیابی گردید که نتایج آن در بخش یافته‌ها ارائه شده است (شکل ۲ و جدول ۵). به منظور تعیین سطح پایایی و قابلیت اعتماد ابزار تحقیق پایلوت تست در میان جامعه‌ای مشابه جامعه تحقیق که تولیدکنندگان صنایع دستی، ساکن در مناطق روستایی شهرستان زنجان بودند، اجرا گردید و با استفاده از آلفای کرونباخ نسبت به تعیین سطح پایایی اقدام شد.

مقادیر پایایی ترکیبی، برای متغیرهای تحقیق در رنج ۰/۸۲ تا ۰/۹۱ (به شرح تفصیلی مندرج در جدول شماره ۵) ارزیابی و تأیید شد که حاکی از پایایی مناسب ابزار تحقیق بوده است. در تحقیق حاضر جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای آماری SPSS^{۲۴} و AMOS^{۲۴} استفاده شد. نتایج حاصل از این دو بخش در دو بخش آمار توصیفی و آمار تحلیلی ارائه گردید. در بخش آمار توصیفی، از شاخص‌های آماری از قبیل فراوانی، میانگین و انحراف معیار جهت توصیف شرایط و عوامل روان‌شناختی استفاده شد و در بخش آمار استنباطی جهت تحلیل داده‌ها و گزارش نتایج آنان از مدل‌یابی معادلات ساختاری^۳ به‌عنوان تکنیک‌های آمار تحلیلی استفاده شد.

^۱Convergent validity

^۲Discriminant validity

^۳Structural Equation Modeling (SEM)

جدول ۱- متغیرها و گویه‌های مورد استفاده

متغیر	گویه
اعتماد به نفس	۱) در بحث‌های گروهی معمولاً نظرات با ارزشی دارم، ۲) در برخورد اول با مردم، اثر بسیار مطلوبی روی آنان می‌گذارم، ۳) قادرم در موقعیت‌های اجتماعی، کنترل خوبی روی رفتارهای خود داشته باشم، ۴) هنگام روبه‌رو شدن با یک گروه افراد غریبه، احساس کمرویی و حقارت ندارم، ۵) من نگران این نیستم که مردم در مورد من چه فکری می‌کنند، ۶) من از تمسخر دیگران نمی‌ترسم و همیشه نظرات خود را بیان می‌کنم.
اخلاقیت	۱) می‌توانم مشکل محصول تولیدی خود را شناسایی کرده و آن را حل کنم، ۲) به‌جز کاربرد رایج وسایل، معمولاً می‌توانم کاربردهای دیگر را هم برایشان پیدا کنم، ۳) می‌توانم محصولات باکیفیت بالا را هم با هزینه کمتری تولید کنم، ۴) تمام روش‌هایی را که برای تولید محصولات خوددارم با تدبیرانه هستند، ۵) ترجیح می‌دهم چند کار را خوب انجام دهم تا اینکه تنها یک کار را کاملاً خوب و بی‌عیب و نقص انجام دهم، ۶) دیگران فکر می‌کنند که من خیلی سؤال می‌کنم
آینده‌نگری	۱) با تلاش و کوشش می‌توانم شغل خود را توسعه دهم، ۲) حاضرم برای رسیدن به اهداف آتی خود از اهداف آنی بگذرم، ۳) من در مورد رخداد حوادث خوب در آینده، فکر می‌کنم، ۵) تمام راه‌هایی را که می‌تواند به پیشرفت زندگی من در آینده کمک کند را در نظر می‌گیرم، ۶) سعی می‌کنم برنامه‌های مناسبی برای خود داشته باشم تا در آینده به همان اهدافی که می‌خواستم، برسم.
انگیزه	۱) این برای من مهم است که من کارم را از دیگران بهتر انجام دهم، ۲) یک محیط اجتماعی خوب مانند دوستان، برای داشتن انگیزه کار، برایم مهم است، ۳) انگیزه بالایی برای کسب درآمد بیشتر دارم، ۴) من هرروز در مورد چگونگی انجام وظایفم، فکر می‌کنم، ۵) انگیزه هرروز من از کار کردن، وظایفم می‌باشد که برایم جالب و جذاب است، ۶) داشتن انگیزه بیش از سرمایه/منابع مالی مناسب سبب توسعه صنایع‌دستی می‌شود.
توسعه صنایع‌دستی	۱) من می‌توانم در آینده محصولات جدیدتری از صنایع‌دستی را تولید کنم، ۲) احساس می‌کنم که شغل من پتانسیل بسیاری برای تنوع و توسعه دارد، ۳) من از شغل خود درآمد کافی را به دست می‌آورم و راضی هستم، ۴) من قادرم در آینده با گسترش شغل خود سبب اشتغال‌زایی شوم، ۵) من تولید صنایع‌دستی را به دیگران توصیه می‌کنم چون از شغلم رضایت قلبی دارم، ۶) من می‌توانم برای توسعه فعالیت خود از تولیدکنندگان صنایع‌دستی کمک بگیرم، ۷) من حاضرم برای توسعه فعالیت خود با دیگران مشارکت کنم، ۸) برای توسعه فعالیتیم حاضرم سرمایه خود را در اختیار افراد دیگر قرار دهم، ۹) برای توسعه فعالیتیم حاضرم تجارب خود را در اختیار افراد دیگر قرار دهم.

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش

۱. یافته‌های توصیفی

بررسی نتایج توصیفی نشان می‌دهد، ۸۳ درصد از پاسخگویان زن و ۱۷ درصد مرد بودند (جدول ۲). از نظر وضعیت تأهل ۱۲ درصد پاسخگویان مجرد و ۸۸ درصد از آنان متأهل بودند. از نظر سطح تحصیلات ۹۱ درصد پاسخگویان زیر دیپلم و نه درصد دیپلم بودند و هیچ‌کدام از پاسخگویان دارای تحصیلات بالاتر از دیپلم نبودند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۴ سال بود (جدول ۲).

به‌منظور سطح‌بندی ویژگی‌های روان‌شناختی پاسخگویان برحسب سطوح پایین، متوسط و بالا از شاخص تفاوت انحراف معیار از میانگین (ISDM) به‌صورت زیر استفاده شد:

۱. پایین (A): $A < \text{mean} - \frac{1}{2} \text{Sd}$

۲. متوسط (B): $\text{mean} - \frac{1}{2} \text{Sd} \leq B \leq \text{mean} + \frac{1}{2} \text{Sd}$ و

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس ویژگی‌های فردی

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
جنس	مرد	۳۴	۱۷
	زن	۱۶۶	۸۳
وضعیت تأهل	مجرد	۲۴	۱۲
	متأهل	۱۷۶	۸۸
سطح تحصیلات	زیر دیپلم	۱۸۲	۹۱
	دیپلم	۱۸	۹
	فوق‌دیپلم	-	-
	لیسانس	-	-
	دکتری	-	-
گروه‌های سنی	۱۵-۲۳ سال	۱۳	۶/۵
	۲۴-۳۲ سال	۵۵	۲۷/۵
	۳۳-۴۱ سال	۹۸	۴۹
	۴۲-۵۰ سال	۳۴	۱۷
میانگین: ۳۴ سال			
جمع کل تعداد پاسخگو ۲۰۰ نفر			

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۳- سطح‌بندی ویژگی‌های روان‌شناختی پاسخگویان

متغیر	میانگین	انحراف معیار	سطح	فراوانی	درصد
ریسک‌پذیری	۲/۴۶	۱/۲۲	پایین	۲۰	۱۰
			متوسط	۹۱	۴۵/۵
			بالا	۸۹	۴۴/۵
اعتمادبه‌نفس	۳/۹۴	۰/۸۸	پایین	۱۲	۶
			متوسط	۷۱	۳۵/۵
			بالا	۱۱۷	۵۸/۵
خلاقیت	۳/۵۷	۰/۶۷	پایین	۵۳	۲۶/۵
			متوسط	۱۱۰	۵۵
			بالا	۳۷	۱۸/۵
آینده‌نگری	۳/۷۶	۰/۶۳	پایین	۳	۲/۵
			متوسط	۸۵	۴۰
			بالا	۱۱۲	۵۷/۵
انگیزه	۳/۸۱	۰/۶۶	پایین	۵	۲/۵
			متوسط	۸۰	۴۰
			بالا	۱۱۵	۵۷/۵

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج مندرج در جدول (۳) حاکی از آن است که ۹۰ درصد از پاسخگویان از سطح ریسک‌پذیری متوسط و بالایی برخوردارند، همچنین نتایج نشان داد که ۵۸/۵ درصد پاسخگویان از سطح اعتمادبه‌نفس بالایی برخوردار بوده و تنها شش درصد آنان اعتمادبه‌نفس پایینی دارند (جدول ۳). نتایج حاصل از سطح‌بندی میزان خلاقیت پاسخگویان حاکی از آن است که ۱۸/۵ درصد از پاسخگویان از سطح خلاقیت بالا و ۵۵ درصد از سطح متوسطی از خلاقیت برخوردارند. همچنین یافته‌های حاصل از سطح‌بندی میزان آینده‌نگری پاسخگویان بیانگر آن است که بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۶ درصد) در سطح بالایی از آینده‌نگری قرار دارند. نتایج سطح‌بندی میزان انگیزه پاسخگویان هم نشان داد که ۵۷/۵ درصد از پاسخگویان از انگیزه بالایی برخوردارند (جدول ۳).

۲. یافته‌های استنباطی

در بخش استنباطی از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. بر اساس این تکنیک در مرحله اول؛ برای تأیید و آزمون مناسب بودن پرسشنامه‌های بکار گرفته شده برای اندازه‌گیری متغیرهای مختلف تحقیق با استفاده از داده‌های گردآوری شده، مدل‌های اندازه‌گیری (تحلیل عاملی) طراحی گردید (شکل ۲). در مرحله دوم؛ پس از برآورد مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری تحقیق اجرا شد (شکل ۳).

مدل اندازه‌گیری

نتایج حاصل از ارزیابی مدل اندازه‌گیری بر اساس شاخص‌های مختلف برازندگی مانند آنچه در جدول (۴) آمده است، نشان داد که مدل از برازش نیکویی مناسبی بر اساس شاخص‌های مربوطه برخوردار است.

جدول ۴- نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری با شاخص‌های برازش

شاخص	χ^2/df	GFI	CFI	IFI	TLI	RMSEA
کای اسکویئر نسبی	نیکویی برازش	شاخص	شاخص برازش	شاخص برازش	شاخص	شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب
$3 \leq$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$0/08 \leq$
۱/۳۲	۰/۸۲۱	۰/۹۴۹	۰/۹۵۰	۰/۹۴۵	۰/۰۴	

منبع: یافته‌های پژوهش

ارزیابی اعتبار همگرا که نشان‌دهنده انسجام و همگنی درونی گویه‌های مربوط به یک متغیر می‌باشد، بر اساس سه معیار پیشنهاد شده شامل بارهای عاملی استاندارد مساوی و بزرگ‌تر از ۰/۵، میانگین واریانس استخراج شده مساوی و بزرگ‌تر از ۰/۵ و پایایی ترکیبی مساوی و بزرگ‌تر از ۰/۷ ارزیابی گردید (بادسار و همکاران، ۱۳۹۷). نتایج همان‌گونه که در شکل (۲) و جدول (۵) آمده است نشان می‌دهد که نشانگرهای همه متغیرها از بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵ برخوردار بودند و همچنین، نتایج مربوط به مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (محاسبه شده از طریق حاصل جمع مجذور بارهای عاملی مربوط به هر متغیر تقسیم بر تعداد گویه‌های آن متغیر) با مقدار مساوی و بالاتر از ۰/۵ نشان داد که این همه متغیرها از اعتبار همگرای مناسبی برخوردار است. علاوه بر این، مقدار پایایی ترکیبی (محاسبه شده از طریق حاصل جمع بارهای عاملی به توان دو تقسیم بر حاصل جمع بارهای عاملی به توان دو به-

اضافه مجموع خطاهای اندازه‌گیری)، نشان داد که با مقدار عددی بالاتر از ۰/۷ همه متغیرها از اعتبار همگرایی مناسبی برخوردار بودند. نتایج تحقیق همچنین نشان داد که با توجه به اینکه مربع بزرگ‌ترین ضریب همبستگی (خلاقیت و آینده‌نگری با مقدار $r=0/66$ و $R^2=0/43$) بین متغیرهای مکنون مورد مطالعه کمتر از کوچک‌ترین میانگین واریانس استخراج شده (۰/۵۰) تمامی متغیرهای مکنون می‌باشد، از این‌رو، ابزار تحقیق از روایی تشخیصی مناسبی برخوردار بود. به عبارت دیگر، نتایج نشان داد که هر دسته از سؤالات یا گویه‌های مربوط به مکنون‌های مختلف به‌طور مستقل موضوع متفاوتی را اندازه می‌گیرند.

جدول ۵- خلاصه نتایج به دست آمده از مدل اندازه‌گیری تحقیق

ردیف	متغیر	میانگین واریانس		ضرایب همبستگی و سطح معنی‌داری					
		استخراج شده	ترکیبی	ریسک‌پذیری	اعتماد به نفس	خلاقیت	آینده‌نگری	انگیزه	توسعه صنایع دستی
۱	ریسک‌پذیری	۰/۵۳	۰/۸۲	۱	-	-	-	-	-
۲	اعتماد به نفس	۰/۵۷	۰/۸۹	۰/۵۴***	۱	-	-	-	-
۳	خلاقیت	۰/۶۲	۰/۹۱	۰/۱۵*	۰/۱۵*	۱	-	-	-
۴	آینده‌نگری	۰/۵۰	۰/۸۲۰	۰/۱۹*	۰/۱۷*	۰/۶۲***	۱	-	-
۵	انگیزه	۰/۶۳	۰/۹۱	۰/۰۷	۰/۱۷*	۰/۶۶***	۰/۵۹***	۱	-
۶	توسعه صنایع دستی	۰/۵۴	۰/۹۱	۰/۴۰***	۰/۴۲***	۰/۳۷***	۰/۴۶***	۰/۴۲***	۱

*: معنی‌داری در سطح ۰/۰۵ ***: معنی‌داری در سطح ۰/۰۰۱

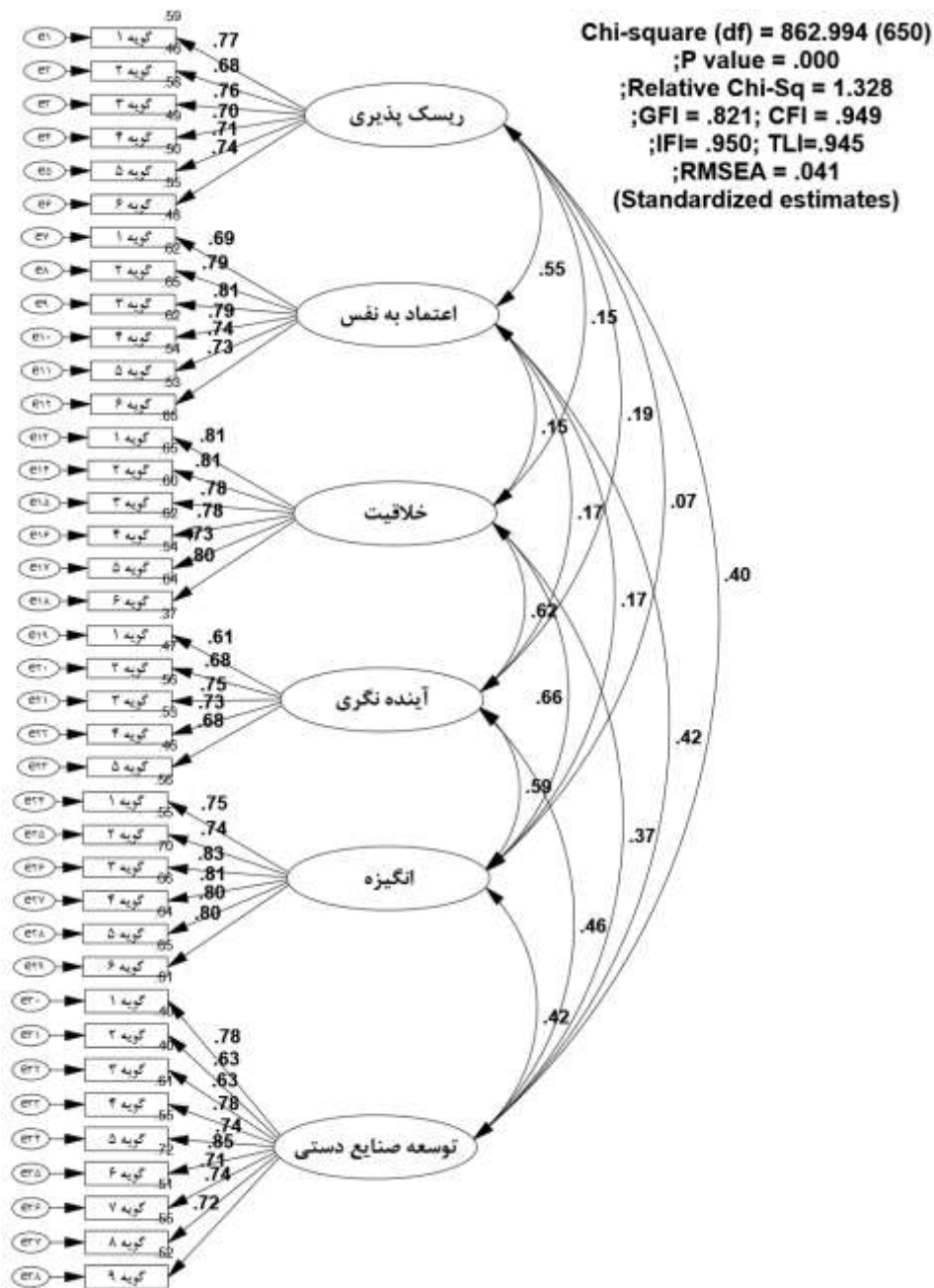
مدل ساختاری

مدل ساختاری تحقیق که در واقع مدل کلی تحقیق به شمار می‌رود، بیانگر روابط علی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق است (بادسار و همکاران، ۱۳۹۷). مدل ساختاری این تحقیق روابط علی بین متغیرهای مستقل روان‌شناختی شامل انگیزه، آینده‌نگری، اعتماد به نفس، خلاقیت و ریسک‌پذیری با متغیر وابسته توسعه پایدار صنایع دستی را نشان می‌دهد (شکل ۲). بررسی سطح برازش نیکویی مدل ساختاری اثر متغیرهای مستقل بر توسعه صنایع دستی نشان داد که مدل از برازش نیکویی مناسبی بر اساس شاخص‌های مربوطه برخوردار بود (جدول ۶ و شکل ۲).

جدول ۶- نتایج میزان انطباق مدل ساختاری اثر متغیرهای مستقل بر توسعه صنایع دستی با شاخص‌های برازش

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	GFI	CFI	IFI	TLI	RMSEA
کای اسکور نسبی	نیکویی	شاخص	شاخص	شاخص	شاخص	شاخص ریشه دوم
برازش	تطبیقی	برازش	برازش	برازش	توکر- لویس	برآورد واریانس خطای تقریب
≤ ۳	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	≤ ۰/۰۸
۱/۳۲	۰/۸۲۱	۰/۹۴۹	۰/۹۵۰	۰/۹۴۵	۰/۰۴۰	

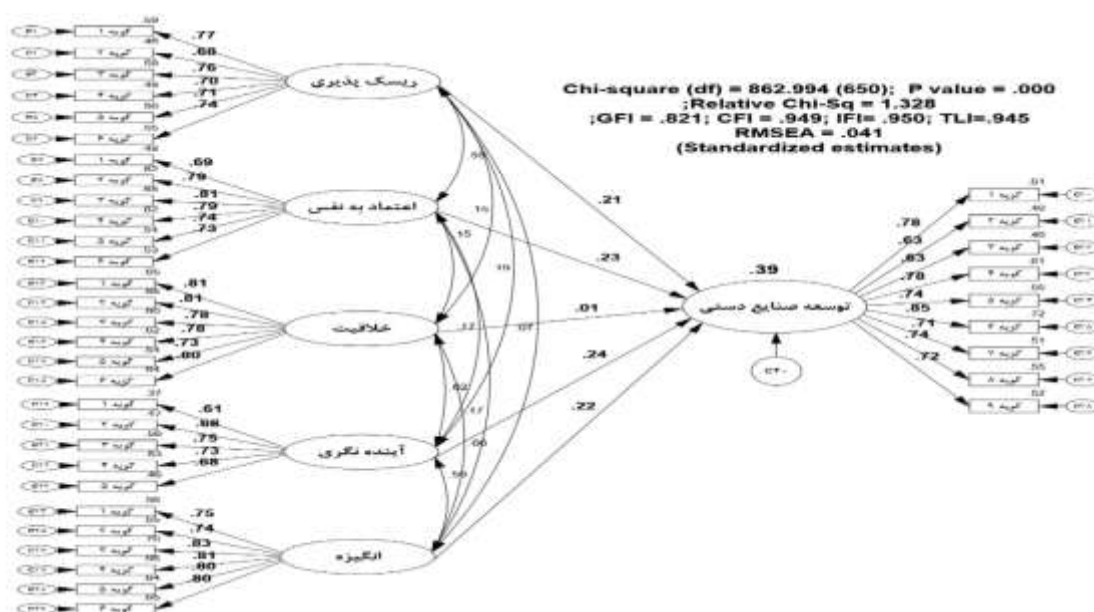
منبع: یافته‌های پژوهش



شکل ۲- مدل اندازه گیری متغیرهای تحقیق بر اساس مقادیر استاندارد

نتایج مدل ساختاری حاکی از آن بود که متغیرهای روان‌شناختی تبیین‌کننده ۳۹ درصد از واریانس توسعه صنایع دستی به‌عنوان متغیر وابسته بودند. نتایج حاصل از مدل ساختاری در رابطه با آزمون پنج فرضیه اصلی تحقیق همان‌گونه که در جدول (۷) آمده است حاکی از آن بود که: (۱) سطح ریسک‌پذیری پاسخگویان دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صنایع دستی می‌باشد ($H1: \beta = 0/213, p = 0/011$)؛ (۲) سطح اعتماد به‌نفس دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صنایع دستی می‌باشد ($H2: \beta = 0/226, p = 0/007$)؛ (۳) سطح خلاقیت دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صنایع دستی نمی‌باشد ($H3: \beta = 0/011, p = 0/920$)؛ (۴) سطح آینده‌نگری پاسخگویان دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صنایع دستی می‌باشد ($H4: \beta = 0/244, p = 0/016$)؛ و (۵) سطح انگیزه پاسخگویان دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر توسعه

صنایع دستی می‌باشد ($p=0/025$, $H5:\beta=0/221$) (جدول ۶). بر اساس مقادیر بتای استاندارد سطح آینده‌نگری، اعتمادبه‌نفس و انگیزه پاسخگویان دارای بالاترین اثر بر توسعه صنایع دستی در میان روستاییان شهرستان زنجان بود.



شکل ۳- مدل ساختاری تحقیق بر اساس مقادیر استاندارد

جدول ۷- نتایج اثر متغیرهای مستقل بر توسعه صنایع دستی

رابطه	مقادیر غیراستاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی‌داری
H1 ریسک‌پذیری ← توسعه صنایع دستی	۰/۲۸۶	۰/۰۷۷	۰/۲۱۳	۲/۵۲	۰/۰۱۱
H2 اعتمادبه‌نفس ← توسعه صنایع دستی	۰/۲۷۸	۰/۱۰۳	۰/۲۲۶	۲/۶۹	۰/۰۰۷
H3 خلاقیت ← توسعه صنایع دستی	۰/۰۱۰	۰/۰۹۹	۰/۰۱	۰/۱۰۱	۰/۹۲۰
H4 آینده‌نگری ← توسعه صنایع دستی	۰/۳۷۸	۰/۱۵۷	۰/۲۴۴	۲/۴	۰/۰۱۶
H5 انگیزه ← توسعه صنایع دستی	۰/۲۲۸	۰/۱۰۱	۰/۲۲۱	۲/۲۴	۰/۰۲۵

منبع: یافته‌های پژوهش

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف تحقیق حاضر بررسی نقش عوامل روان‌شناختی مؤثر بر توسعه صنایع دستی در مناطق روستایی شهرستان زنجان بود. بررسی نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین ریسک‌پذیری با گرایش پاسخگویان به توسعه صنایع دستی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. همان‌طور که در بخش آمار توصیفی نیز اشاره شد، ۹۰ درصد از پاسخگویان از سطح ریسک‌پذیری متوسط و بالایی برخوردار بودند. هرچند شاغلان روستایی فعال در صنایع دستی عمدتاً روستائینی می‌باشند که از اشتغال مناسب در بخش کشاورزی به دلیل پایین بودن سطح مالکیت زمین زراعی برخوردار نبوده و به تبع آن از شرایط اقتصادی مناسبی هم برخوردار نیستند، اما این افراد در سطح خرد جهت تولید صنایع دستی از پتانسیل لازم برای ریسک‌پذیری و توسعه فعالیت خود برخوردارند. نتایج این مطالعه با نتایج احمدی و همکاران (۱۳۹۳) و میرزاده و همکاران (۱۳۹۴) همسو می‌باشد؛ بنابراین ترس از ریسک در این جامعه که می‌تواند مانع توسعه صنایع دستی باشد، بسیار پایین است و افراد آمادگی لازم جهت بهره‌گیری از فرصت‌های موجود و شروع فعالیت‌های

توسعه‌ای رادارند که می‌تواند پیشران توفیق طلبی و توسعه نیز باشد (سهرابی و مختاری، ۱۴۰۱). از این رو پیشنهاد می‌گردد با توجه به فراهم بودن بسترهای روان‌شناختی در جامعه هدف از بعد ریسک‌پذیری، دولت فرصت‌های توسعه صنایع دستی کلان‌تری را در قالب تعاونی‌های تولید معرفی و با حمایت‌های معقول و منطقی مالی شرایط توسعه سرمایه‌گذاری گسترده‌تر در صنایع دستی روستایی را فراهم آورد. چراکه جامعه روستایی اگرچه ریسک‌پذیر است اما از بعد مالی با محدودیت‌هایی مواجه است که امکان توسعه صنعتی واقعی را نخواهد داشت.

همچنین یافته‌های تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین اعتمادبه‌نفس و گرایش پاسخگویان به توسعه پایدار صنایع دستی است. این یافته با نتایج ولش و همکاران (۲۰۱۶) همسو بود که نداشتن اعتمادبه‌نفس و خودباوری را مانع مهمی در جهت توسعه پایدار مشاغل کوچک معرفی کرده‌اند. اعتمادبه‌نفس یکی از مهم‌ترین عوامل کارآفرینی و ورود به بازار کار تولیدکنندگان است. اعتمادبه‌نفس که در آماره‌های توصیفی برای بیش از نیمی از نمونه مورد مطالعه در حد بالا ارزیابی شد، نشان از اراده قوی و یافتن راه‌حل‌های جدید برای حل مسائل است (Erdilek Karabay et al., 2016). انگاره ذهنی اعتمادبه‌نفس در عمل سبب افزایش پشتکار تولیدکنندگان صنایع دستی شده و در ضمیر ناخودآگاه، افکار و رویاها را به سوی موفقیت پیش می‌برد (Chaouali et al., 2017). از آنجا که اعتمادبه‌نفس، حاصل دانش و تجربه است (Erdilek Karabaya et al., 2016)، پیشنهاد می‌گردد با برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب و افزایش سطح دانش، شناخت و آگاهی جامعه روستایی از وضعیت و جایگاه شغلی و درآمدی صنایع دستی در بازار داخلی و خارجی به ارتقای سطح اعتمادبه‌نفس آن‌ها کمک شود. برگزاری چنین دوره‌ای نیازمند همکاری بین دستگاهی اداره جهاد کشاورزی به‌عنوان متصدی معیشت پایدار جامعه روستایی و با همراهی اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می‌باشد، زیرا توسعه گردشگری علاوه بر ابعاد اقتصادی دارای ابعاد پرورش فرهنگی و توسعه گردشگری نیز می‌باشد (Parnwell, 2018; Jain & Chandravanshi, 2022).

بررسی نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین خلاقیت و گرایش پاسخگویان به توسعه صنایع دستی رابطه‌ای وجود ندارد. نتایج این تحقیق متفاوت از تحقیقات اکبری و همکاران (۱۳۹۴) و میرواحدی و همکاران (۱۳۹۶) است که رابطه مثبت و معنادار را میان سطح خلاقیت افراد با توسعه مشاغل کوچک نشان داده‌اند. عدم اخذ رابطه معنی‌دار بین خلاقیت و توسعه صنایع دستی در این مطالعه ناقض این امر نمی‌باشد، اما می‌توان تفسیر کرد که سطح پایین خلاقیت موجود در نمونه مورد مطالعه (همان‌طور که در بخش توصیفی نیز اشاره شد و تنها ۱۸/۵ درصد از پاسخگویان از خلاقیت بالایی برخوردار بودند) سبب شده این ارتباط قدرت لازم جهت رسیدن به مرحله معنی‌داری را نداشته باشد؛ بنابراین درحالی‌که هم‌نشینی فرهنگ، هنر و دانش، خالق شاخه علمی نویی به نام اقتصاد خلاق است که صنایع دستی بخش از آن است، تنها استعدادهای خلاق می‌توانند در این عرصه موجب ارزش افزایی اقتصادی خلاق شوند (ابریشمی و همکاران، ۱۳۹۸). باید گفت: در منطقه مورد مطالعه هرچند تولید صنایع دستی و کسب تجربه تولیدکنندگان از سنین پایین به علت وجود این صنعت در محیط محلی اتفاق می‌افتد، اما به دلیل عدم آگاهی و شناخت از نیاز بازار خلاقیت لازم را دارا نمی‌باشند. در این راستا پیشنهاد می‌شود رسانه‌های ملی و محلی مانند تلویزیون، جهت آشنایی تولیدکنندگان صنایع دستی با تغییرات فرهنگی-اجتماعی، تمایلات و نیاز روز جوامع در داخل و خارج کشور برنامه‌هایی تولید کنند و سبب افزایش سطح آگاهی و در نتیجه خلاقیت و تنوع‌بخشی به تولیدات متناسب با تقاضای بازار شوند.

یافته‌های تحقیق نشان داد که رابطه مثبت و معنی‌دار بین آینده‌نگری با گرایش به توسعه پایدار صنایع دستی وجود دارد. این یافته با نتایج تحقیقات خوش‌مرام و همکاران (۱۳۹۳) و میرواحدی و همکاران (۱۳۹۶) نیز هم‌سو می‌باشد. چراکه آینده‌نگر بودن و داشتن چشم‌اندازی برای آینده خود سبب مشخص شدن مسیر فرد برای حرکت به سمت هدف می‌باشد (Miranda et al., 2017). حال که جامعه مخاطب از قدرت شناخت رویدادها و تبیین مسیر آینده برخوردار است و این شناخت در توسعه صنایع دستی تنیده شده، لازم است با اتخاذ سیاست‌های حمایتی متناسب با توسعه این صنایع در طولانی‌مدت چشم‌انداز روشنی-با توجه به ضرورت توسعه اشتغال برای جوانان روستایی و محدودیت اشتغال آن‌ها در مناطق شهری- در مناطق روستایی برای فعالان این بخش ترسیم نمود.

همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد هم‌سو با نتایج شریف‌زاده و کریمی (۱۳۹۵) بین انگیزه و گرایش به توسعه صنایع دستی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. افراد با انگیزه خواست و اراده قوی در عمل دارند و می‌توانند از فرصت‌ها به خوبی بهره‌مند شوند (Kallviks et al., 2015). به طوری که وجود انگیزه، سبب سخت‌کوشی تولیدکننده می‌شود تا به نتیجه دلخواه خود برسد. در این خصوص با توجه به ابعاد مختلف مادی و معنوی انگیزه پیشنهاد می‌شود با شناسایی و معرفی تولیدکنندگان خلاق و برتر صنایع دستی روستایی انگیزه‌های معنوی این تولیدکنندگان تقویت شود و با ارائه بسته‌های مناسب تشویقی و حمایتی به برگزیدگان برای توسعه بازار داخلی و صادرات صنایع دستی انگیزه‌های فعالان این بخش حفظ و حتی به سطوح بالاتر هدایت شود.

بنا بر نتایج این مطالعه ویژگی‌های روان‌شناختی ۳۹ درصد از تغییرات توسعه صنایع دستی را تبیین می‌کند و به ترتیب اولویت سطح آینده‌نگری، اعتماد به نفس و انگیزه پاسخگویان دارای بالاترین اثر بر توسعه صنایع دستی در میان تولیدکنندگان صنایع دستی شهرستان زنجان بود. همین ویژگی‌های روان‌شناختی سبب افزایش توان و روحیه در توسعه تولیدات شده که با تقویت این ویژگی‌ها و همراهی آن با عوامل محیطی مانند سیاست‌های حمایتی می‌توان کالاهای جدید و باکیفیت بالاتر متناسب با نیاز بازار تولید کرد. این مهم موجبات جذب گردشگران داخلی و خارجی به مناطق روستایی را فراهم آورده، سبب سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی و پایداری صنایع دستی، اشاعه فرهنگی و توسعه گردشگری می‌شود که ارمغان آن ایجاد معیشت پایدار و توسعه روستایی است.

منابع

۱. ابراهیمی سروعلیا، م. و صابونچی، ا. ۱۳۹۸. نقش عوامل جمعیت شناختی در تبیین تحمل ریسک سرمایه‌گذاران حقیقی و رفتار ریسک‌پذیری آنان. دانش سرمایه‌گذاری، ۸(۳۲): ۲۳۴-۲۱۷.
۲. ابریشمی، ح.، بیدرام، ر.، ماجد، و.، و بخشایش، ا. ۱۳۹۸. امکان‌سنجی توسعه پایدار روستایی از طریق توسعه صنایع خلاق: نمونه موردی صنایع دستی روستاهای منتخب استان اصفهان. روستا و توسعه، ۲۲(۴): ۶۹-۵۱.
۳. احمدی، ع.، روشن‌قیاس، ک.، رشوند، ز.، و اکبری، م. ۱۳۹۳. شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در سطح شهر قزوین (مطالعه موردی ۱۵۰ مشاغل خانگی)، اولین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی، رشت.
۴. اکبری، م.، غلامزاده، ر.، و شامانیان، م. ۱۳۹۴. شناسایی شایستگی‌های جوانان روستایی در زمینه کسب و کارهای صنایع دستی شهرستان ورامین، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۵: ۱۳۹-۱۲۵.
۵. بادسار، م.، کرمی، ر. و کرمی دهکردی، ا. ۱۳۹۷. مدل‌سازی معادلات ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی و توسعه روستایی، انتشارات دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

۶. بامدی، م، باسامی، ا؛ و ارتیاعی، ف. ۱۴۰۱. تأثیر رفتار حمایت‌گرایانه بر رفتار خرید گردشگران نسبت به صنایع‌دستی روستایی (مورد مطالعه: صنایع‌دستی روستایی اورامانات تخت). روستا و توسعه، ۲۵(۲): ۱۷۱-۱۹۲.
۷. بهرامی، ر. ۱۳۹۹. اثرات اقتصادی-اجتماعی صنایع روستایی (صنایع‌دستی و مشاغل خانگی) بر توسعه روستایی مورد مطالعه: روستاهای شهرستان سنندج، نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۴(۷۲): ۱۰۳-۸۱.
۸. خوشنرم، م، زرافشانی، ک، علی‌بیگی، ا.ح.، و میرک‌زاده، ع. ۱۳۹۳. ارائه مدل مفهومی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۴): ۱۰۵-۱۰۵.
۹. رحمن ستایش، ا. ر.، و فلاح‌نیا، م. ۱۳۹۶. بررسی پتانسیل‌های صنایع‌دستی در شهر شیراز و نقش آن بر توسعه‌ی پایدار فرهنگی با استفاده از مدل S.W.O.T، دومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی عمران، معماری و مدیریت بحران.
۱۰. سهرابی، پ؛ و مختاری، د. ۱۴۰۱. بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی اکوتوریسم در پای کوه‌های سهند مطالعه موردی دره آذرشهرچای. راهبردهای توسعه روستایی، ۱۹(۱): ۶۵-۵۳.
۱۱. شریف‌زاده، م.، و کریمی، ج. ۱۳۹۵. بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت شالبافی زنان روستایی شهرستان بانه. مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، شماره ۲: ۱۵۶-۱۲۷.
۱۲. صیف، م. ح. مظلومیان، س. رستگار، ا.، و امراللهی جلال‌آبادی، م. ۱۳۹۴. بررسی عوامل زیست‌محیطی و روانشناختی مؤثر بر تمایل به خرید سبزی. فصلنامه آموزش محیط‌زیست و توسعه پایدار، ۴(۲): ۲۲-۱۹.
۱۳. طول‌گیلانی، ن. اکبری، ف؛ و صنوبر، ن. ۱۳۹۳. بررسی تأثیر بازاریابی مدرن بر توسعه پایدار صنایع‌دستی "شواهدی از گلیم گیلان". سومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان.
۱۴. عباسی، غ. و کاکائی، ح. ۱۴۰۱. بررسی الگوهای توسعه اقتصادی مبتنی بر اشتغال و کارآفرینی در مناطق روستایی ایران (با تأکید بر نمونه‌های منتخب داخل و خارج کشور). فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۶(۲۳): ۷۴۳-۷۱۶.
۱۵. کریمی، س. ۱۴۰۰. ناسی مهارت‌های آموزش برای توسعه پایدار در محتوا و شیوه آموزش عالی صنایع‌دستی. رهپویه هنرهای صناعی، ۱(۲): ۱۰۱-۸۷.
۱۶. میرزاده، م. عزیزی، ف.، و فهیم، ع. ۱۳۹۴. نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر توسعه کارآفرینی صنایع کوچک و مشاغل خانگی. اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار.
۱۷. میرواحدی، س. طغرای، م. ت.، و سنجریان، ز. ۱۳۹۶. بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۴(۱): ۷۴-۵۳.
۱۸. وحدتی، ح؛ و ناصرپور، م. ۱۴۰۰. ارزیابی میزان تاثیرپذیری جهش تولید از قابلیت‌های نوین صنایع‌دستی مناطق روستایی با نقش واسطه توسعه بازارهای هدف در استان لرستان. راهبردهای توسعه روستایی، ۱۸(۱): ۳۴-۲۱.
۱۹. یعقوبی‌فرانی، ا.، و جلیلیان، س. ۱۳۹۴. اثرات اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۴(۲): ۱۱۳-۹۳.
20. Ahlin, B. & Drnovsek, M. H. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101-117.
21. Bandura, A. (1999). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 21-41.
22. Bandura, A. (2000). Cultivate Self-efficacy for Personal and Organizational Effectiveness. *Handbook of Principles of Organization Behavior*, 120-136.
23. Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Mediapsychology*, 3, 265-299.

24. Campos, H. M., Rubio, A. M., Atondo, G. H. & Chorres, Y. M. P. (2015). Relationship between Creativity, Personality and Entrepreneurship: An Exploratory Study. *International Business Research*, 8(8), 59-71.
25. Chaoualia, V., Souidenb, N. & Ladhari, R. (2017). Explaining adoption of mobile banking with the theory of trying, general self-confidence, and cynicism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (35), 57-67.
26. Drapeau, P. (2014). Sparking Student Creativity: Practical Ways to Promote Innovative Thinking and Problem Solving. Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.
27. Erdilek Karabaya, M., Akyüz, B. & Elçic M. (2016). Effects of Family-Work Conflict, Locus of Control, Self Confidence and Extraversion Personality on Employee Work Stress. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (235), 269-280.
28. Esonov, Z. (2021). Fergana Valley Rural Population Metal Handicrafts. *Eurasian Journal of History, Geography and Economics*, 2, 44-47.
29. Fao. (2014). The economic potential of handicrafts enterprises in rural development: Focus on Indonesia. available at: <http://www.fao.org/docrep/>
30. Gagné, M. & Deci, E. L. (2005). Self determination theory and work motivation. *J. Organ.Behav*, 26(4), 331-362.
31. Harkenon, E. & Huhmaniemi. M. & Jokela, T. (2018). Crafting Sustainability: Handcraft in Contemporary Art and Cultural Sustainability in the Finnish Lapland, *Sustainability*, 10, 1907; doi: 10.3390/su10061907.
32. Hittmar a, S., Varmusa, M. & Lendel, W. (2015). Proposal of Evaluation System for Successful Application of Innovation Strategy through a Set of Indicators. *Procedia Economics and Finance*, (26), 17-22.
33. Hough, J. & Scheepers, R. (2008). Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership. *Journal of Global Strategic Management*, 3(1), 17- 25.
34. Jain, N., & Chandravanshi, J. (2022). Role of Tribal Handicraft in the Development of the Rural Economy of Bastar, Chhattisgarh. *Arthavati: An International Journal*, 88
35. Kallviks, M., Nilsson, M. & Karlsson, M. (2015). A Motivational Journey: A study about the entrepreneur and the changes in motivation from start-up to present. *Small Enterprises Development, Management and Extension*, 43, 28-50.
36. Kazemiyeh, F., Sadighi, H. & Chizari, M. (2016). Investigation of Rural Tourism in East Azarbaijan Province of Iran Utilizing SWOT Model and Delphi Technique. *J. Agr. Sci. Tech*, 18.
37. Kumar, A. & Fatima, S. (2015). Role of Handicraft Sector in the Economic Development of U.P. *International Journal of Research Granthalayah*, 58-64.
38. Kunz, A. H. & Pfaff, D. (2002). Agencytheory, performanceevaluation, and the hypothetical construct of intrinsic motivation. *Account, Organ*, 27(3), 275-295.
39. Mahmoodi, A. & Khataee, S . (2016). Observing the role of packaging handicrafts from the aspect of mobile outdoor advertising on branding and cultural exports. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 10 (3), 190-199. Retrieved from: www.irjabs.com.
40. Miranda, b. R., Wheelera, A., Polanco-Romanb, L. & Marroquín, B. (2017). The future-oriented repetitive thought (FoRT) scale: A measure of repetitive thinking about the future. *Journal of Affective Disorders*, (207), 336-345.
41. Omid, M. (2015). Barriers and Factors of Slowdown in Exports of Handicrafts in Iran. *WALIA journal*, 31(S3), 6-10. Retrieved from: www.Waliaj.com.
42. Paliokaitè, A. & Paçesa, N. (2015). The relationship between organisational foresight and organisational ambidexterity. *Technological Forecasting & Social Change*, (101), 165-181.
43. Parker, S. K., Williams, H.M. & Turner, N. (2006). Modeling the antecedent of proactive behavior at work. *J. Appl.Psychol*, 91(3), 636-652.
44. Parnwell, M. J. (2018). Tourism and rural handicrafts in Thailand 1. In *tourism in south-east Asia* (pp. 234-257). Routledge

45. Thaba, S., Chingono, T. & Mbohwa, C. (2015). Strengthening Cooperatives Development in South Africa: A Case Study of the Limpopo and Gauteng Provinces. *Proceedings of the World Congress on Engineering and Computer Science*, (2), 21-23.
46. Walker, E. & Webster, B. (2004). Gender issues in home-based businesses. *Women in Management Review*, 19(8), 404-412.
47. Welsh, D. H. B., Memilia, E. & Kaciak, E. (2016). An Empirical Analysis of the Impact of Family Moral Support on Turkish Women Entrepreneurs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1, 3-12. Retrieved from: www.elsevier.es/jik.
48. Zhan, X. & Walker, S. (2018). Value Direction: Moving Crafts toward Sustainability in the Yangtz River Delta, China, *Sustainability*; 2018, 10, 1252, doi: 10.3390/su1004152.