

Research Paper

The Effect of Women Entrepreneurship and Perception of Women's Work on the Development of Women's Brand Agricultural Tourism (Case Study: Oramanat Study Area)

Yazdan Shirmohammadi¹, Farideh Ramezani², Ismail Nasiri hend Khaleh³,
Ameneh Kamali Sarvestani⁴

1- Associate Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2- Master, Department of Tourism Marketing Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

3- Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran

4- Master Student of Environmental Geology, Faculty of Earth Sciences, Shahroud University of Technology, Shahroud, Iran.

Received: 2022/06/14

Revised: 2022/11/09

Accepted: 2022/11/24

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jzv.2023.30601.3866

Keywords:

Women's Entrepreneurship,
Agricultural Tourism,
Oramanat, Empowerment

Abstract

Introduction: Empowering women has become one of the vital components of sustainable tourism development in tourist destinations. At the same time, achieving gender equality and empowering women is the fifth goal of the United Nations Sustainable Development Program. Also, the tourism industry can create a suitable field for entrepreneurship and women's participation in business tourism and agriculture. With the introduction of women's entrepreneurship, women's participation in development has increased in many ways. However, there are many obstacles to empowering women to achieve entrepreneurship, and perceptions of women's work differ in different societies. This research investigate the effect of women's entrepreneurship and the understanding of women's work on the development of agricultural tourism through the psychological, social, political and economic empowerment of women.

Methods: The measurement tool in this research was a researcher-made questionnaire. Statistical analysis was done using structural equation method and using SPSS and Amos software. To determine the causal relationship between the variables, the multivariate multifactorial regression method was used in the structural equation model. In order to test the hypotheses, p_value smaller than 0.05 was considered as significant levels. The sampling method was non-randomly available. Cochran's formula for unlimited communities was used to select the sample. A questionnaire was used to collect data, and its validity was confirmed through face validity and reliability using Cronbach's alpha coefficient.

Findings: The results showed that entrepreneurship and women's understanding of women's work has impact on the development of agricultural tourism through psychological, social, political, and economic empowerment of women.

Citation: Shirmohammadi Y, Ramezani F, Nasiri hend Khaleh I, Kamali Sarvestani A. The Effect of Women Entrepreneurship and Perception of Women's Work on the Development of Women's Brand Agricultural Tourism (Case Study: Oramanat Study Area): Quarterly Journal of Women and Society. 2023; 14 (53): 43-60.

*Corresponding Author: Yazdan Shirmohammadi

Address: Associate Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Tell: 09124056025

Email: y.shirmohamadi@pnu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

In terms of tourism, the empowerment of women is mentioned as an essential element in the development of sustainable tourism. One of the reasons why women can benefit from this industry is the existence of multiple job fields for entrepreneurs at the beginning of the business. The structural features of this category (variety of products, create new types of tourisms, quick development) have also provided various opportunities to entrepreneurs women and will lead to increasing the number of entrepreneurs in this field. While tourism, especially in rural areas has the potential to empowering women, these benefits are not always equitably distributed, and men are usually at the forefront of tourism development, marketing, and media activities.

Methodology

The current research was conducted using a quantitative method and a questionnaire to collect data from women entrepreneurs in Oramanat region in the tourism industry and non-random sampling. 384 samples were obtained. The validity of the questionnaire was confirmed by the research expert with Cronbach's alpha reliability of 4.1, which has good reliability. Frequency tables and descriptive statistics were used to describe the demographic characteristics of the data, and regression and structural equations were used to examine the hypotheses and the relationship between the variables. Also, SPSS and AMOS were used to analyze the data.

Finding

The results showed that the recognition and activity of women in tourism predicts their empowerment. The consistency of this result can be seen in previous findings. Abu Shuk et al. (2021) stated that women working in tourism helps to empower women, also perceptions of women working in tourism and women's entrepreneurship are essential predictors for women's empowerment in tourism. Al-Shaer et al. (2021) found that women's empowerment has a positive and significant relationship

with tourism participation. Hau et al. (2021) found that cultural norms and social expectations obstacle women's empowerment. This result means that women's work perception is effective in empowering them. Cognition of tourism activities predicts psychological empowerment in the tourism. Abu Shouk et al. (2021) stated that Omani respondents are completely agree with the psychological empowerment of women and show a sense of pride towards their country and culture. The results of Artak et al.'s study (2020) showed that when psychological competence is high, women with higher levels of mental development have a sense of bliss, even in an inadequate condition. Gil Ario et al. (2019) also mentioned that agriculture in communities has improved women's psychological empowerment in general and encourages women to be leaders in recover and preserving traditions. Recognition of women's activity in tourism predicts social empowerment in the tourism.

Discussion and conclusion

This article investigates the effect of women's empowerment on the support of tourism development in Aramanat. It also shows the role of perception of women entrepreneurs in tourism and women's entrepreneurship in empowering women in three study base. Their findings show that understanding women's entrepreneurship is the fund of women's empowerment. In addition, due to the widespread adoption of women's empowerment policies, women's entrepreneurship in the tourism sector predicts empowerment in the tourism. In general, women's participation in tourism is a potential stimulus for community development, especially in rural areas. Empowerment is necessary to achieve gender equality and reduce the class gap between men and women. Therefore, it is recognized as an essential factor in development. The more women expand their abilities, become more active in entrepreneurship, the more society understands their work and activities, the better and more tourism development will be. According to the presented results, it is possible to develop women's work by

proposing to hold various events related to agricultural tourism in Oramanat. It is also suggested to hold festivals of harvesting agricultural products and handicrafts with the cooperation and leadership of women, to increase the culture of women's work and to explain the benefits of agricultural tourism and women's work.

Ethical Considerations

While following the ethical guidelines, all people participated in the study with the consent and assurance of the confidentiality of the information.

Funding

All financial resources and costs for research and publication of the article been received by the authors

Authors' contributions

The article is an excerpt from a Master Thesis. The first author is a Supervisor of thesis.

Contribution of Authors:

The article is an excerpt from the Master Thesis. The first author is a Supervisor of the thesis and the author is in charge.

Conflict of interest:

This article is taken from the Master Thesis entitled " The effect of women entrepreneurship and understanding of women work on the development of agricultural tourism through psychological, social, political and economic empowerment of women (Case study: Oramanat study area)". This research does not conflict with personal or organizational interests.

مقاله پژوهشی

اثر کارآفرینی بانوان و درک کار بانوان بر توسعه برند گردشگری کشاورزی زنان (مورد مطالعه: منطقه مورد مطالعه اورامانات)

یزدان شیر محمدی^۱، فریده رضائی^۲، اسماعیل نصیری هند خاله^۳، آمنه کمالی سروستانی^۴

۱- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازاریابی جهانگردی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۳- دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۴- دانشجوی کارشناسی ارشد زمین شناسی زیست محیطی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه صنعتی شاهرود- ایران.

چکیده

هدف: توانمندسازی زنان به یکی از اجزای حیاتی توسعه گردشگری پایدار در مقاصد گردشگری تبدیل شده است. در همین حال، دست‌یابی به برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان، پنجمین هدف برنامه توسعه پایدار سازمان ملل متحد است؛ همچنین، صنعت گردشگری می‌تواند زمینه مناسبی برای کارآفرینی و مشارکت بانوان در کار و گردشگری کشاورزی ایجاد کند. هدف این پژوهش بررسی اثر کارآفرینی بانوان و درک کار بانوان بر توسعه گردشگری کشاورزی از راه توانمندسازی روانی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بانوان است. یک چارچوب چهار بعدی برای اندازه‌گیری توانمندی استفاده گردید که شامل ابعاد (۱) اقتصادی، (۲) روانی، (۳) اجتماعی و (۴) سیاسی می‌شود. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش و ماهیت یک پژوهش توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه شامل بانوان گردشگری است که به روستای اورامانات سفر کرده و گردشگری کشاورزی را تجربه نموده‌اند.

روش: روش نمونه‌گیری این پژوهش در دسترس و تعداد آن ۳۸۴ نفر بود. ابزار سنجش در این پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود. تحلیل‌های آماری نیز با استفاده روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Amos انجام شده است. برای تعیین ارتباط علی بین متغیرها از روش رگرسیون چند متغیره چند عامله در مدل معادلات ساختاری استفاده شد. سطوح معناداری به منظور آزمون فرضیه‌ها p_value کوچک‌تر از ۰/۰۵ در نظر گرفته شد. جهت انتخاب نمونه از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده شد و روایی آن از راه روایی صوری و پایایی آن از راه ضریب آلفای کرونباخ تأیید گردید.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که کارآفرینی بانوان و درک کار ایشان بر توسعه گردشگری کشاورزی از راه توانمندسازی روانی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بانوان مؤثر است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۴

تاریخ داوری: ۱۴۰۱/۰۸/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۳

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jzv.2023.30601.3866

واژه‌های کلیدی:

کارآفرینی زنان، گردشگری کشاورزی، اورامانات، توانمندسازی

* نویسنده مسئول: یزدان شیر محمدی

نشانی: دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

تلفن: ۰۹۱۲۴۰۵۶۰۲۵

پست الکترونیکی: y.shirmohamadi@pnu.ac.ir

مقدمه

تغییر الگوهای مصرف جهانی، ذائقه و نگرش نسبت به غذا، اوقات فراغت، سفر و مکان، برای تولیدکنندگان روستایی در قالب گردشگری کشاورزی، اکوتوریسم، شراب، غذا و گردشگری روستایی و بازار تخصصی تولیدات کشاورزی، فرصت جدیدی باز کرده است. کشاورزی یکی از قدیمی‌ترین و اساسی‌ترین بخش‌های اقتصاد جهانی است، در حالی که گردشگری یکی از جدیدترین و سریع‌ترین بخش‌ها است (۱).

از آن جا که صنعت گردشگری بیش‌ترین سهم را در بین بخش‌هایی دارد که کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب و کار برنامه‌ریزی کرده‌اند، زنان می‌توانند از این صنعت استفاده کنند. ویژگی ساختاری بخش گردشگری (تنوع محصول، ظهور انواع جدید گردشگری، بخش در حال رشد سریع) هم‌چنین، امکانات متنوعی را به کارآفرینان زن ارائه می‌دهد و تعداد کارآفرینان زن که از این فرصت‌ها استفاده می‌کنند روز به روز در حال افزایش است (۲). یکی از کلی‌ترین تعاریف کارآفرینی عبارت است از " ایجاد یک کسب و کار سودآور، گسترش آن، ایجاد یک محصول و خدمات تحقق نیافته" (۳). گردشگری پتانسیل توانمندسازی زنان را، به ویژه در مناطق روستایی دارد. برای بسیاری از جوامع، به ویژه آن‌هایی که در مناطق دورافتاده کوهستانی هستند، گردشگری فرصتی برای ایجاد منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. با این حال، این مزایا همیشه به گونه عادلانه توزیع نمی‌شوند. مردان معمولاً در بازارهایی توسعه گردشگری و فعالیت‌های رسانه‌ای ممتاز هستند. این رویکرد مرد محور به این معناست که مردان از مشارکت در فعالیت‌های گردشگری سود می‌برند در حالی که زنان یا نمی‌توانند در آن شرکت کنند یا از شرکت در آن منع می‌شوند (۴).

برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان از اهداف توسعه پایدار برنامه ۲۰۳۰ سازمان جهانی گردشگری^۱ می‌باشد. موانع و مشکلاتی که زنان در محل کار به عنوان کارمند با آن روبرو هستند، از مهم‌ترین عواملی هستند که زنان را به سمت کارآفرینی سوق می‌دهد (۲). گردشگری کشاورزی به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های صنعت گردشگری به عنوان راهبردی بدیل می‌تواند در زمینه توسعه پایدار روستایی کمک شایانی کند (۵). زنان نقش عمده‌ای را در گردشگری کشاورزی ایفا می‌کنند زیرا اغلب، رهبران چنین شرکت‌هایی هستند و بیش‌تر کارهای مورد نیاز برای راه‌اندازی آن‌ها را سهیم می‌کنند. مطالعات نشان داده‌اند که زنان ارزش بیش‌تری برای مشارکت خود در گردشگری کشاورزی قائل هستند زیرا آن‌ها آن را یک گزینه مناسب برای ایجاد درآمد اضافی برای خانواده‌های خود می‌دانند که ضمن افزایش استقلال، فرصت‌های شغلی را برای آن‌ها فراهم می‌کند. شواهد هم‌چنین، نشان می‌دهد که زنان بویژه گردشگری کشاورزی را به عنوان ابزاری برای آموزش عمومی در مورد کشاورزی و سیستم‌های غذایی محلی، کمک به جامعه خود و ترویج توسعه پایدار ارزش می‌گذارند (۴). توانمندسازی زنان به یکی از اجزای مهم توسعه

پایدار در مقاصد گردشگری تبدیل شده است (۶). کارهایی که زنان در مناطق روستایی انجام می‌دهند هنوز «نامرئی» به نظر می‌رسد و اغلب دست‌کم گرفته می‌شود و علیرغم اینکه یک زن سرپرست اصلی خانواده است، به اندازه کافی به رسمیت شناخته نمی‌شود. به همین دلیل است که از نظر پژوهشگر درک، ارزیابی و تأیید زنان ضروری است. زنان چه به عنوان افراد شاغل یا بیکار به گونه قابل‌توجهی کم‌تر از مردان در نیروی کار شرکت می‌کنند. مقدار فعالیت و اشتغال آن‌ها بسیار کم‌تر از نرخ مردان است و عدم وجود تفاوت در نرخ بیکاری ممکن است نشان دهد که در شرایط نامطلوب بازار کار، زنان به راحتی دلسرد می‌شوند و از جستجوی کار دست می‌کشند و غیرفعال می‌شوند (۷). زنان بخشی مهم از نیروی انسانی در زمینه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی و کشاورزی هستند؛ بنابراین کارآفرینی و توانمندسازی آنان می‌تواند در ابعاد گوناگون توسعه مؤثر باشد؛ به ویژه در بخش‌های روستایی بویژه گردشگری کشاورزی عمده کار بر عهده زنان می‌باشد، هم‌چنین تجربه کشاورزی در روستاها و مشارکت گردشگران در روند کشاورزی، از جمله کاشت، آبیاری، برداشت محصول، تهیه غذا و نوشیدنی از محصولی که خود گردشگر در تهیه آن مشارکت داشته، اغلب در کنار زنان روستایی و محیطی که آنان فراهم کرده‌اند، شکل می‌گیرد. مشارکت و توانمندسازی بانوان مفهومی قابل بحث در زمینه‌های گوناگون است. پژوهشگران در مورد مشارکت و توانمندسازی زنان در تأمین مالی، توسعه سیاست، فناوری اطلاعات و دیگر زمینه‌ها پژوهش‌هایی ارائه داده‌اند اما توانمندسازی زنان در گردشگری کمتر مورد توجه است. بر اساس نکاتی که ذکر شد، از آنجایی که نقش بانوان نادیده گرفته می‌شود، پژوهش‌ها نیز در این خصوص کمتر انجام شده و بررسی تأثیر کارآفرینی بانوان و دیدگاه‌های موجود در خصوص کار و فعالیت بانوان و توانمندسازی آن‌ها بر توسعه گردشگری کشاورزی جای سؤال دارد. در دیدگاه پژوهشگر با توجه به اینکه بخشی از جمعیت هر جامعه‌ای را زنان تشکیل می‌دهند و در بخش‌های کشاورزی نقشی مهم دارند، این سؤال در ذهن پژوهشگر ایجاد شد که کارآفرینی بانوان و درک کار آنان، توانمندسازی آنان در سطوح گوناگون چه تأثیری بر گردشگری کشاورزی خواهد داشت.

مبانی نظری

توسعه گردشگری کشاورزی: گردشگری کشاورزی توسعه پایدار گردشگری را ترویج می‌کند که سازگار با محیط‌زیست و پایدار است. گردشگری پایدار، متعهد به ایجاد تأثیر کم بر محیط‌زیست و فرهنگ محلی است، در حالی که به ایجاد اشتغال در آینده برای مردم محلی کمک می‌کند؛ هم‌چنین شامل فعالیت‌های متعددی در مناطق روستایی است که بازدیدکنندگان می‌توانند در مناطق کشاورزی، مشاغل کشاورزی، محصولات محلی، غذاهای سنتی و شیوه زندگی تجربه کنند (۸).

¹ UNWTO

توانمندسازی اجتماعی: از نظر اجتماعی، توانمندسازی یک فرآیند چند حوزه‌ای است که به حذف هنجارهای اجتماعی به منظور به دست آوردن تسلط کامل بر زندگی آن‌ها و پرداختن آزادانه به مسائلی که ارزش‌های خاصی را برای آن‌ها در پی دارد، کمک می‌کند. دو حوزه اساسی که توانمندی اجتماعی زنان را تعیین می‌کند، فرهنگ و شیوه‌های اجتماعی است. فرهنگ به ویژه با توجه به توانایی آن در تأثیرگذاری بر مجموعه‌های اجتماعی که با آرمان‌های حقوق بشر مرتبط هستند، مهم است. در همین راستا، شیوه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به وضعیت زنان در جوامع و درگیر کردن آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی متنوع و هم‌چنین، افزایش تأثیر اجتماعی و ظرفیت آن‌ها تعیین‌کننده است. تأثیر جمعی فرهنگ و شیوه‌های اجتماعی بر توانمندسازی اجتماعی زنان در نقش‌ها، مشاغل و موقعیت‌های پایین‌تری که برای زنان قائل است به خوبی مشهود است. با هدایت فرهنگ‌ها و هنجارهای اجتماعی حمایت‌کننده، زنانی که به لحاظ اجتماعی توانمند هستند، ممکن است مسیر موفقیت در صنعت گردشگری را به اندازه کافی هموار و مملو از فرصت‌های رشد در سطوح گوناگون بیابند (۱۵).

توانمندسازی سیاسی: توانمندسازی زنان و جوانان، برای مشارکت آن‌ها در فرآیند تصمیم‌گیری، روند توسعه پروژه‌های گردشگری را هدایت می‌کند. توانمندسازی سیاسی باعث ایجاد انگیزه در ساکنان برای استفاده و کنترل منابع اجتماعی و مشارکت در تصمیمات مربوط به دستیابی توسعه پایدار گردشگری می‌شود. مشارکت در تصمیم‌گیری به ساکنان کمک می‌کند تا برای توسعه، گردشگری را کنترل کنند؛ هم‌چنین به آن‌ها اجازه می‌دهد تا نقش فعالی در فرآیندهای برنامه‌ریزی گردشگری داشته باشند. با وجود محدودیت‌های فرهنگی برای نمایندگی زنان در پست‌های رهبری در گردشگری، بدیهی است که مشارکت زنان در فرآیند تصمیم‌گیری بر توسعه گردشگری تأثیر مثبت می‌گذارد (۱۵).

پیشینه پژوهش

در راستای موضوع پژوهش، مطالعات متعددی انجام شده است که در ادامه به بررسی آن‌ها پرداخته می‌شود: ابوشوک و همکاران، در مقاله‌ای به بررسی توانمندسازی زنان و توسعه گردشگری، (به یک مطالعه بین‌المللی، با هدف بررسی تأثیر توانمندسازی زنان در توسعه گردشگری در سه کشور گوناگون عربی مصر، امارات متحده عربی و عمان) پرداختند. در نهایت، به این نتیجه دست پیدا کردند که تأثیرات توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری در سه کشور به مقدار قابل‌توجهی متفاوت است؛ اما روی هم رفته یافته‌های آنان گویای این است که ادراک از فعالیت زنان در گردشگری و کارآفرینی، پیش‌بینی‌کننده‌های مهمی برای توانمندسازی زنان در بخش گردشگری است (۶). ووکوویچ و همکاران^۱ نیز در مقاله‌ای با عنوان "توسعه گردشگری، کارآفرینی و توانمندسازی زنان - تمرکز بر روستاهای صربستان" تأثیر SHG‌ها را

کارآفرینی بانوان: کارآفرینی قوی‌ترین بیان آزادی فردی انسان برای تحقق توانایی‌های خود از راه آزادسازی ایده‌ها است. این‌ها افرادی هستند که در تحقق پروژه‌های نوآورانه در شرکت‌های بزرگ‌تر دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند؛ با این حال، تعداد کمی از شرکت‌ها توسط بانوان اداره می‌شوند و مدیران خانم عمدتاً در مشاغل متعلق به بانوان کار می‌کنند. با معرفی کارآفرینی زنان، مشارکت زنان در روند توسعه اقتصادی به طرق گوناگون افزایش یافته است؛ با این وجود، موانع بسیاری در زمینه توانمندسازی زنان در دستیابی به کارآفرینی وجود دارد (۹).

درک کار بانوان: در دوران مدرن، روند رو به افزایش مشارکت زنان در همه نقش‌های محوری وجود دارد. تأثیر نقش زنان در دو دهه گذشته سریع بوده است. آن‌ها جوامع جدیدی از تنوع و یکپارچگی ایجاد می‌کنند و قابل اعتماد، قابل استخدام و مشتاق به چالش‌های جدید در گام‌های خود هستند. توانمندسازی زنان از راه اشتغال‌زایی مؤلفه و هم‌چنین، ابزار توسعه در هر کشوری است (۱۰). فعالیت بانوان در گردشگری از توانمندسازی آن‌ها در زمینه استقلال اقتصادی و اجتماعی حمایت می‌کند (۱۱). آمارهای جهانی اخیر نشان می‌دهد که بیش از نیمی از کسانی که در بخش گردشگری کار می‌کنند خانم هستند و حدود ۲۳ درصد از وزیران گردشگری را بانوان تشکیل می‌دهند (۱۲). گردشگری فرصت خوبی را برای زنان فراهم می‌کند تا از راه خوداشتغالی و کارآفرینی وارد بخش غیررسمی اشتغال شوند، زیرا این کار تکرار یا بسط کارهای خانگی زنان است مانند آشپزی و نظافت. چنین کارهایی که در خانه‌ها انجام می‌شود ممکن است شامل فعالیت‌هایی مانند ساخت و فروش محصولات به گردشگران، غذا و صنایع دستی سنتی نیز باشد (۱۳).

توانمندسازی اقتصادی: توانمندسازی اقتصادی برای تحقق حقوق زنان و برابری جنسیتی و دستیابی کلی به اهداف توسعه پایدار مرکزی است. گردشگری به عنوان بخشی در نظر گرفته شده است که می‌تواند برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان و افزایش سطح استقلال اقتصادی برای زنان را ارتقا دهد. با این وجود، تحریم‌های اقتصادی به دلیل تعداد کم‌تر گردشگر به اثرات مستقیم بر اشتغال و کارآفرینی منجر شده است و هم‌چنین، به تبعیض مالی علیه زنان کمک کرده است، زیرا تنها به تقویت تبعیض‌های ساختاری جنسیتی از قبل موجود در جامعه کمک کرده است مانند خدمات بانکی و مالی ایران و دیگر جنبه‌های جامعه ایران (۱۴). توانمندسازی اقتصادی زنان یکی از عوامل مؤثر در دستیابی برابری با مردان است و تقویت اقتصادی زنان مسئله‌ای برای پیشبرد حقوق بشر بانوان می‌باشد (۱۰).

توانمندسازی روانی: در حالی که مزایای اقتصادی جزء حیاتی توانمندسازی زنان است، سازمان جهانی گردشگری گزارش داده است که مفهوم توانمندسازی آنان باید فراتر از چشم‌انداز اقتصادی مورد توجه قرار گیرد (۱۲). توانمندسازی روانی بعد دیگری است که در ادبیات توانمندسازی زنان مورد توجه قرار گرفته است. این نوع توانمندسازی به احساس غرور در سنت‌ها و فرهنگ محلی آن‌ها اشاره می‌کند؛ این افتخار به فرهنگ محلی افراد باعث می‌شود که ساکنان دارای عزت‌نفس منحصر به فرد باشند (۱۵).

^۱ Vukovic

عوامل احساسی و فشار، عوامل عاطفی و تعادل همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۲۰). عرب خانی و همکاران در مقاله‌ای با عنوان "تحلیل توانمندسازی زنان روستایی در تولید مصنوعات صنایع‌دستی (مورد مطالعه دهستان عشق آباد شهرستان نیشابور)" متذکر اهمیت سهم بانوان روستایی در نیروی انسانی (نه فقط در کارهای خانگی بلکه در فعالیت‌های بیرون از خانه) شده‌اند و برای پیشبرد پژوهش خود اقدام به بررسی مشکلات و عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان روستایی در دهستان عشق آباد شهرستان نیشابور و بررسی مصنوعات صنایع‌دستی روستایی زنان در این دهستان در ارتباط با توسعه محلی نموده‌اند. در نهایت در پژوهش خود به این نتیجه دست پیدا کردند که برای دستیابی به اهداف توسعه، مشارکت روستاییان به ویژه بانوان در برنامه‌های توسعه بسیار اهمیت دارد (۲۱).

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی ۱: "درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی زنان در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۱-۱: "درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر روان‌شناسی در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۱-۲: "درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اجتماعی در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۱-۳: "درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر سیاسی در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۱-۴: "درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اقتصادی در بخش گردشگری است."
 فرضیه اصلی ۲: "کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی زنان در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۲-۱: "کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر روان‌شناسی در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۲-۲: "کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اجتماعی در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۲-۳: "کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر سیاسی در بخش گردشگری است."
 فرضیه فرعی ۲-۴: "کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اقتصادی در بخش گردشگری است."
 فرضیه اصلی ۳: "درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی تأثیرگذار است."

بر کارآفرینی زنان و خود اشتغالی در گردشگری مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاصل از پژوهش آن‌ها نشان داد که می‌توان با حمایت سهامداران محلی گردشگری، ظرفیت گردشگری مناطق روستایی را افزایش داد؛ هم‌چنین زنان فاقد علاقه حرفه‌ای یا شغل در مناطق روستایی، به ویژه در مناطقی که مردم به گونه سنتی تحت سلطه مردان (شوهر، برادر، پدر) هستند، شانس کسب درآمد و استقلال بیش‌تری دارند. جمع‌بندی نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که خود اشتغالی هدف اصلی توانمندسازی زنان می‌باشد (۱۶). ییلدیریم و همکاران، به بررسی کارآفرینی زنان در گردشگری با مورد مطالعه قرار دادن کشور ترکیه، با هدف آشکار کردن وضعیت کارآفرینی زنان در بخش گردشگری ترکیه پرداختند. در نهایت در یک مقاله مروری بر ادبیات به این نتیجه دست پیدا کردند که توجه به گردشگری روستایی در بخش گردشگری با توجه به کارآفرینی زنان بسیار با اهمیت می‌باشد. اگرچه ابتکارات گردشگری زنان در ترکیه وجود دارد که می‌توان آن‌ها را به عنوان نمونه‌های خوبی پذیرفت، اما زنان در روند شروع کارآفرینی در زمینه گردشگری و پس از انجام این ابتکار، برخی مشکلات را پشت سر گذاشته‌اند (۲).

ووجکو و همکاران^۱، در پژوهش خود با بررسی توانمندسازی زنان از راه خود اشتغالی در گردشگری، توانمندسازی زنان را یک مسئله اصلی در روند توسعه کشورهای سراسر جهان بیان نموده است. از نظر آن‌ها ایجاد انجمن‌هایی که به نام SHG خوانده می‌شوند، یکی از رویکردهای رایج در زمینه توانمندسازی زنان می‌باشد؛ بنابراین در مقاله خود یادداشت‌های پژوهشی SHG ها را به عنوان یک استراتژی برای توانمندسازی زنان در صنعت گردشگری در مناطق روستایی و در حال توسعه صربستان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دادند (۱۷). پژوهشی تحت عنوان "بررسی نقش توانمندسازی زنان روستایی در توسعه گردشگری روستایی مطالعه موردی: روستاهای شهرستان جلفا"، با هدف بررسی نقش توانمندسازی زنان روستایی در توسعه گردشگری روستایی، انجام شد. نتایج نشان داد که توانمندسازی زنان در مناطق روستایی در جهت کاهش فقر، توسعه اقتصادی به عنوان نقطه فرصت و کمبود نیروی متخصص از مهم‌ترین نقاط تهدید به شمار می‌رود و توانمندسازی بانوان باعث تغییر و تحول اجتماعی فرهنگی می‌شود (۱۸). پژوهشی با عنوان "نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی"، با هدف بررسی گردشگری روستایی از دیدگاه موقعیتی برای توانمندسازی زنان روستایی، انجام شد (۱۹). نتایج نشان داد که گردشگری می‌تواند تأثیری مهم بر توانمندسازی زنان روستایی داشته باشد که به لحاظ اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و... هم باعث توسعه جامعه می‌شود. اوزسنگور^۲، پژوهشی در زمینه انگیزش کارآفرینی زنان با نمونه قرار دادن نمونه استان آدانا، عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان را از راه مرور ادبیات جامع مورد بررسی قرار داده و عوامل تأثیرگذار و محدودکننده کارآفرینی زنان را با استفاده از طرح ارزیابی روش ترکیبی تعیین نمود. در نهایت به این نتیجه دست پیدا کرد که بین عوامل فشار و تعادل، عوامل کششی و عاطفی،

¹ Vujko,.

² Özşungur

فرضیه اصلی ۴: " کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی تأثیرگذار است. "

فرضیه اصلی ۵: " توانمندسازی زنان به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. "

فرضیه فرعی ۱-۵: " توانمندسازی زنان از نظر روان‌شناسی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. "

فرضیه فرعی ۲-۵: " توانمندسازی زنان از نظر اجتماعی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. "

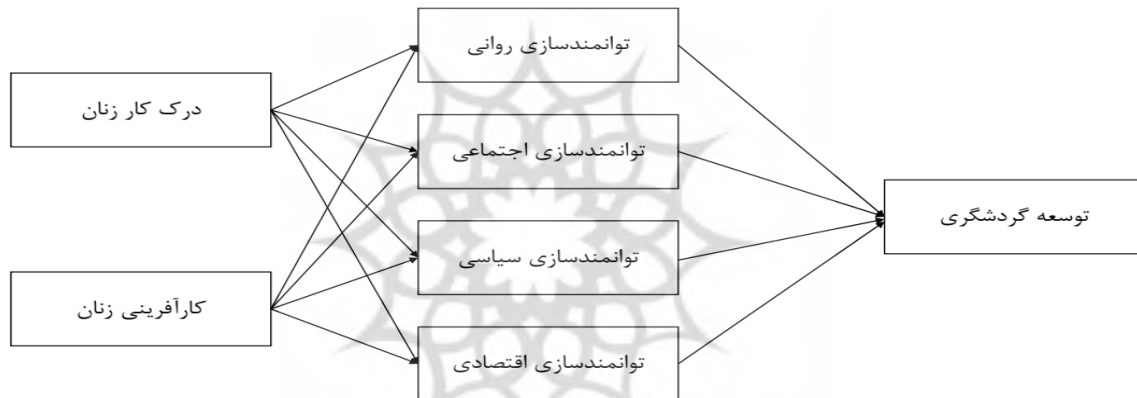
فرضیه فرعی ۳-۵: " توانمندسازی زنان از نظر سیاسی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. "

فرضیه فرعی ۴-۵: " توانمندسازی زنان از نظر اقتصادی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. "

فرضیه اصلی ۶: " به نظر می‌رسد، در تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی، متغیر توانمندسازی نقش میانجی دارد. "

مدل مفهومی پژوهش

در این پژوهش پژوهشگر به دنبال بررسی اثر درک کار بانوان و کارآفرینی آنان از راه توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی با مورد مطالعه روستای اورامانات می‌باشد. در این راستا برای بررسی هرچه دقیق‌تر موضوع، مدل مفهومی پژوهش برگرفته از مدل مفهومی مقاله " توانمندسازی زنان و توسعه گردشگری: یک مطالعه بین‌المللی " می‌باشد که ابوشوک و همکاران در سال ۲۰۲۱ آن را ارائه داده‌اند.



شکل ۱ - مدل پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت یک پژوهش توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه پژوهش، بانوان گردشگری هستند که به روستای اورامانات سفر کرده و گردشگری کشاورزی را تجربه نموده‌اند. برای نمونه‌گیری از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود استفاده شد و در این پژوهش از پرسش‌نامه پژوهشگر ساخته‌ای که ابوشوک و همکاران بر مبنای مدل پژوهش، ارائه داده بود(۶)، استفاده شد. تعداد نمونه ۳۸۴ نفر به دست آمد و نمونه‌گیری از روش غیر تصادفی در دسترس انجام شد. روایی پرسش‌نامه از راه اساتید خبره و پایایی از آلفا کرونباخ تأیید شد. به جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از SPSS و AMOS استفاده شد. از آن جایی که تعداد اعضای جامعه مورد نظر به طور قطع مشخص نیست و به بیان دیگر، جامعه نامحدود است؛ بنابراین جهت انتخاب نمونه از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود استفاده شد:

$$n = \frac{z^2 pq}{\varepsilon^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 384$$

n : حجم نمونه
 Z : برابر است با ۱,۹۶ در مقدار اطمینان ۹۵ درصد و مقدار متغیر نرمال واحد استاندارد را نشان می‌دهد.
 p : نسبتی از جمعیت دارای صفت معین که برابر با ۰,۵ می‌باشد.
 $q = (1-p)$: نسبتی از جامعه فاقد صفات معین
 ε : درصد خطا یا مقدار اشتباه مجاز که ۰,۰۵ در نظر گرفته می‌شود.
 در نهایت مطابق با فرمول تعداد ۳۸۴ نفر از بانوان گردشگر به عنوان نمونه مورد مطالعه در نظر گرفته شد. روش نمونه‌گیری به صورت غیر تصادفی در دسترس انجام گرفت. بدین ترتیب در این روش نمونه‌گیری شانس انتخاب شدن هر یک از اعضا یکسان بود. در این پژوهش درک از فعالیت کارآفرینی زنان و کارآفرینی زنان، متغیر مستقل هستند. توانمندسازی روانی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی متغیرهای میانجی می‌باشد. توسعه گردشگری هم متغیر وابسته است.

یافته‌های پژوهش

وزن‌های رگرسیونی چند متغیره و آزمون بوت استرپ

با توجه به خروجی وزن‌های رگرسیونی چند متغیره و مقادیر سطوح معناداری اثرات مستقیم و غیرمستقیم می‌توان نتیجه گرفت که:

- تأثیر مستقیم و غیرمستقیم درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار می‌باشد.
- تأثیر مستقیم درک از فعالیت و کار زنان بر توانمندسازی معنادار می‌باشد.
- تأثیر مستقیم توانمندسازی بر درک از فعالیت و کار زنان معنادار می‌باشد.

با توجه به آزمون بوت‌استرپ یا خودگردان سازی که برای این مدل استفاده شده است و همچنین، با توجه به اصول حاکم بر بحث میانجی‌گری در مدل‌سازی معادلات ساختاری روی هم رفته می‌توان نتیجه گرفت که در این مدل چون هر دو اثر مستقیم، اثر غیرمستقیم درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار به دست آمده است، می‌توان نتیجه گرفت که میانجی‌گری وجود دارد و متغیر توانمندسازی دارای نقش میانجی جزئی در تأثیر درک از فعالیت و

کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی می‌باشد، پس فرضیه فوق تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که در تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی، متغیر توانمندسازی نقش میانجی (جزئی) دارد.

در آزمون رگرسیون و بوت استرپ اگر مقدار سطح معناداری از نسبت بحرانی $0/05$ کوچک‌تر باشد، معنادار بودن تأثیر را از لحاظ آماری نشان می‌دهد. همچنین، مقدار ضریب تعیین R^2 نشان‌دهنده آن است که چند درصد واریانس متغیر وابسته توسط متغیر مستقل تبیین شده است. چون در تمامی فرضیات به غیر از فرضیه فرعی $3-5$ ، مقدار سطح معناداری در این آزمون از سطح خطای $0/05$ کوچک‌تر است و در بازه‌های حد پایین و حد بالا صفر واقع نشده، می‌توان بیان داشت که به‌طور کلی این اثرات (تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته) معنادار است و فرضیه‌ها تأیید می‌شوند، اما فرضیه فرعی $3-5$ ، مقدار سطح معناداری در این آزمون برابر با $0/09$ بدست آمده و از سطح خطای $0/05$ کوچک‌تر است و در بازه‌های حد پایین و حد بالا صفر واقع نشده است می‌توان نتیجه گرفت که این فرضیه رد می‌شود.

جدول ۱- خروجی استاندارد شده وزن‌های رگرسیونی چند متغیره

شاخص‌ها	مقادیر استاندارد	نقاط	سطح
تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی	۰,۱۳	۲,۵۰	۰,۰۱
تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توانمندسازی	۰,۲۶	۴,۰۹	۰,۰۰۰۱
تأثیر توانمندسازی بر درک از فعالیت و کار زنان	۰,۳۱	۴,۰۹	۰,۰۰۰۱

جدول ۲- سطوح معناداری اثرات مستقیم و غیرمستقیم با استفاده آزمون بوت‌استرپ

شاخص‌ها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی	۰,۰۳	۰,۰۲	۰,۰۰۰۱
تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توانمندسازی	۰,۰۳	***	***
تأثیر توانمندسازی بر درک از فعالیت و کار زنان	۰,۰۰۰۱	***	***

بررسی اثر میانجی‌گری جهت ارزیابی فرضیه اصلی ۷

جدول ۳- خروجی استاندارد شده وزن‌های رگرسیونی چند متغیره

شاخص‌ها	مقادیر استاندارد	نقاط	سطح
تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی	۰,۴۹	۱۱,۳۳	۰,۰۰۰۱
تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی	۰,۲۶	۴,۰۳	۰,۰۰۰۱
تأثیر توانمندسازی بر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری	۰,۲۱	۳,۷۱	۰,۰۰۰۱

کشاورزی می‌باشد، پس فرضیه بالا تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که در تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی، متغیر توانمندسازی نقش میانجی (جزئی) دارد. به بیان دیگر، توانمندسازی زنان از تغییر متغیرهای توانمندسازی روانی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بر توسعه گردشگری کشاورزی اثر مثبت و معنادار دارد.

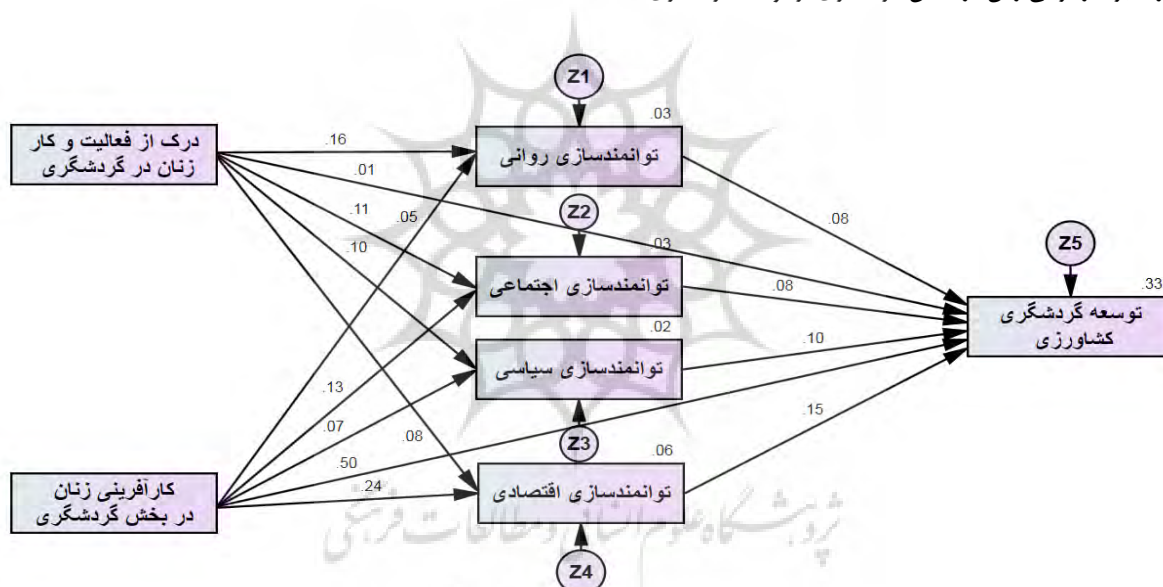
بررسی اثر میانجی‌گری با استفاده از مدل رگرسیونی چند متغیره (مسیر) جهت ارزیابی مدل مفهومی (مدل کلی) پژوهش

" اثر کارآفرینی بانوان و درک کار بانوان بر توسعه گردشگری کشاورزی از راه توانمندسازی روانی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بانوان "

با توجه به مدل بالا و خروجی وزن‌های رگرسیونی چند متغیره و مقادیر سطوح معناداری اثرات مستقیم و غیرمستقیم می‌توان نتیجه گرفت که:

- تأثیر مستقیم و غیر مستقیم کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار می‌باشد.
- تأثیر مستقیم کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی معنادار می‌باشد.
- تأثیر مستقیم توانمندسازی بر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری زنان معنادار می‌باشد.

در کل می‌توان نتیجه گرفت که در این مدل چون هر دو اثر مستقیم، اثر غیرمستقیم کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار به دست آمده است، می‌توان نتیجه گرفت که میانجی‌گری وجود دارد و متغیر توانمندسازی دارای نقش میانجی جزئی در تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری



شکل ۲ - تحلیل مسیر مدل پژوهش

جدول ۴- جدول تأثیرات مستقیم و سطوح معناداری آن

سطوح معناداری	نقاط بحرانی	مقادیر	وضعیت شاخص
۰,۰۰۱	۳,۲۱	۰,۱۶	تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توانمندسازی روانی
۰,۰۲	۲,۲۷	۰,۱۱	تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توانمندسازی اجتماعی
۰,۰۳	۲,۱۲	۰,۱۰	تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توانمندسازی سیاسی
۰,۰۷	۱,۷۶	۰,۰۸	تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توانمندسازی اقتصادی
۰,۳۵	۰,۹۲	۰,۰۵	تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی روانی
۰,۰۰۹	۲,۶۱	۰,۱۳	تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی اجتماعی
۰,۱۳	۱,۴۹	۰,۰۷	تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی سیاسی
۰,۰۰۰۱	۴,۹۴	۰,۲۴	تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی اقتصادی
۰,۰۵	۱,۸۸	۰,۰۸	تأثیر توانمندسازی روانی بر توسعه گردشگری کشاورزی
۰,۰۶	۱,۸۴	۰,۰۸	تأثیر توانمندسازی اجتماعی بر توسعه گردشگری کشاورزی
۰,۰۱	۲,۴۰	۰,۱۰	تأثیر توانمندسازی سیاسی بر توسعه گردشگری کشاورزی
۰,۰۰۰۱	۳,۶۴	۰,۱۵	تأثیر توانمندسازی اقتصادی بر توسعه گردشگری کشاورزی
۰,۸۴	۰,۱۹	۰,۰۱	تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توسعه گردشگری
۰,۰۰۰۱	۱۱,۸۴	۰,۵۰	تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی

- با توجه به نتایج حاصله از سطوح معناداری متغیرهای بالا:
- تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی اقتصادی معنادار به دست آمده است.
 - تأثیر توانمندسازی روانی بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار نمی‌باشد.
 - تأثیر توانمندسازی اجتماعی بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار نمی‌باشد.
 - تأثیر توانمندسازی سیاسی بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار به دست آمده است.
 - تأثیر توانمندسازی اقتصادی بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار به دست آمده است.
 - تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار نمی‌باشد.
 - تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توانمندسازی اجتماعی معنادار به دست آمده است.
 - تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار به دست آمده است.

جدول ۵- سطوح معناداری تأثیرات غیرمستقیم

سطوح معناداری تأثیرات غیرمستقیم	وضعیت شاخص
۰,۲۰	تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی
۰,۰۱	تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی

- با توجه به نتایج حاصله از سطوح معناداری متغیرهای بالا:
- تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار به دست آمده است.
 - تأثیر درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی معنادار نمی‌باشد.

جدول ۶- جدول سطوح معناداری ضریب تعیین R^2 (بوت استرپ یا خودگردان سازی)

سطوح معناداری	حد بالا	حد پایین	مقادیر R^2	وضعیت شاخص
۰,۰۰۲	۰,۴۱	۰,۲۳	۰,۳۳	توسعه گردشگری کشاورزی

گرفت که توسعه گردشگری کشاورزی را بر اساس متغیرهای مستقل این پژوهش در جامعه آماری پیش‌بینی کرد؛ هم‌چنین با بررسی مفهومی میانجی‌گری در مدل‌سازی معادلات ساختاری که دو مفهوم اساسی وجود دارد یکی اثر مستقیم و دیگری اثر غیر مستقیم متغیرها بر یکدیگر و هم‌چنین، قوانین میانجی‌گری می‌توان گفت که میانجی‌گری جزئی است. در کل اثر کارآفرینی بانوان و درک کار بانوان بر توسعه گردشگری کشاورزی از راه توانمندسازی روانی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بانوان معنادار و مدل فوق تأیید می‌گردد.

با توجه به آزمون بوت استرپ یا خودگردان سازی که برای بررسی معناداری یا غیر معناداری ضرایب تعیین و اثر متغیر میانجی در مدل به کار گرفته شده است، ضریب تعیین متغیر توسعه گردشگری کشاورزی برابر با ۰/۳۳ به دست آمده است. روی هم رفته، با توجه به خروجی آزمون بوت استرپ برای روشن شدن معناداری یا عدم معناداری این ضرایب تعیین چون مقدار سطوح معناداری در این آزمون از سطح خطای استاندارد ۰/۰۵ کوچک‌تر است و در بازه‌های حد پایین و حد بالا صفر واقع نشده است، می‌توان نتیجه گرفت که به‌طور کلی این اثرات (تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته) معنادار می‌باشد، پس می‌توان نتیجه

جدول ۷ جدول خروجی شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل

PNFI	PCFI	TLI	CFI	RMSEA	CMIN/D	وضعیت شاخص
بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	بزرگ‌تر از	کوچک‌تر از	کوچک‌تر از	حد مطلوب
۰/۵۳	۰/۵۲	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۰۷	۴,۱۵	وضعیت
**	**	**	**	**	**	بعد از اصلاح
مدل مطلوب است و نیاز به اصلاح ندارد						کلیت مدل

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل نیز نشان داده است که وضعیت شاخص‌های بدی برازش مدل (RMSEA و CMIN/DF) و شاخص‌های خوبی برازش مدل (TLI و CFI و PCFI و PNFI) در حد مطلوب و استاندارد مدل می‌باشد و نیازی به اصلاح مدل نمی‌باشد.

بحث و تبادل نظر

در بخش‌های روستایی به ویژه گردشگری کشاورزی عمده کار بر عهده زنان می‌باشد و در بخش‌های کشاورزی نقش مهمی دارند، اما بررسی تأثیر کارآفرینی بانوان و درک کار آنان، توانمندسازی آنان در سطوح گوناگون بر گردشگری کشاورزی در پژوهش‌های پیشین دیده نمی‌شد و اهمیت این موضوع غیر قابل انکار است. نتایج پژوهش نشان داد که درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر روان‌شناسی در بخش گردشگری می‌باشد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های پیشین همسو است؛ به طور مثال پاسخ‌دهندگان عمانی کاملاً با توانمندسازی روانی زنان موافق بوده و احساس غرور در کشور و فرهنگ خود را نشان می‌دهند. پاسخ‌دهندگان امارات و مصر نیز درک قابل توجهی از کشورها و هویت خود نشان دادند (۶). همچنین، پژوهش ارتاک و همکاران نشان داد که وقتی توانمندی روان‌شناختی بالا باشد، زنان با سطح ذهنی رشد بالاتر، حتی در یک زمینه نامطلوب، سطح بیش‌تری از شکوفایی را تجربه می‌کنند (۲۲). گیل آریو و همکاران نیز نتیجه گرفتند که گردشگری کشاورزی در جوامع، توانمندسازی روان‌شناختی زنان را در کل بهبود بخشیده است، زیرا زنان را تشویق می‌کند تا برای بازیابی و حفظ آداب و رسوم و سنت‌ها رهبری کنند (۴). درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر روان‌شناسی در بخش گردشگری می‌باشد. پاسخ‌دهندگان عمانی کاملاً با توانمندسازی روانی زنان موافق بوده اند و احساس غرور در کشور و فرهنگ خود را نشان می‌دهند. پاسخ‌دهندگان امارات و مصر نیز درک قابل توجهی از کشورها و هویت خود نشان دادند (۶). ارتاک و همکاران نتیجه گرفتند که وقتی توانمندی روان‌شناختی بالا باشد، زنان با سطح ذهنی رشد بالاتر، حتی در یک زمینه نامطلوب، سطح بیش‌تری از شکوفایی را تجربه می‌کنند (۲۲). گیل آریو و همکاران نیز نتیجه گرفتند که گردشگری کشاورزی در جوامع، توانمندسازی روان‌شناختی زنان را در کل بهبود بخشیده است، زیرا زنان را تشویق می‌کند تا برای بازیابی و حفظ آداب و رسوم و سنت‌ها رهبری کنند (۴). درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اجتماعی در بخش گردشگری می‌باشد. دافی و همکاران، یافتند که اشتغال در گردشگری را به‌عنوان منبعی از فرصت‌ها نشان می‌دهد که زنان استقلال اقتصادی و اجتماعی بدست می‌آورند، اما با این حال با زنان و مردان درگیر در مورد نقش‌ها و هویت‌های جنسیتی جدید مذاکره می‌کنند (۱۱). الشریف و همکاران^۱ نتیجه گرفتند که به زنان به اندازه مردان احترام گذاشته نمی‌شود و

حقوق پرداختی به زنان در مقایسه با مردان ناعادلانه است. افزون بر این، به زنان حق تصمیم‌گیری آن‌گونه که به مردان داده می‌شود، داده نمی‌شود (۲۳). درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر سیاسی در بخش گردشگری می‌باشد. الشاعر و همکاران نتیجه گرفتند که توانمندسازی سیاسی زنان با مشارکت گردشگری رابطه مثبت و معناداری دارد (۱۵). هاو و همکاران^۲ نتیجه گرفتند که درک از کار بانوان بر توانمندسازی آنان تأثیر دارد که توسعه‌دهندگان مقصد و متخصصان گردشگری باید راهبردهایی برای بهبود آگاهی جنسیتی زنان و ترویج برابری جنسیتی تشویق یا سازمان‌دهی کنند (۲۴). درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اقتصادی در بخش گردشگری می‌باشد. گیل آریو و همکاران به گونه خاص، یافتند که از نظر اقتصادی، گردشگری می‌تواند زنان را با ارائه فرصت‌های تجاری، دستیابی به مفهوم استقلال زنان و تأکید بر نقش آن‌ها در حمایت از معیشت خانواده‌شان توانمند کند (۴). گاجیک و همکاران نتیجه گرفتند که به زنان فرصت‌های شغلی و امتیازات برابری داده نمی‌شود و همچنین، به مردان اعتقاد معتدلی دارند که به آن‌ها حق پست‌های نظارتی و اداری داده می‌شود (۷).

کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی در بخش گردشگری است. ابوشوک و همکاران نتیجه گرفتند که کارآفرینی زنان در گردشگری پیش‌بینی‌کننده‌های مهمی برای توانمندسازی زنان در بخش گردشگری است (۶). الدجانی و همکاران^۳ نتیجه گرفتند که بانوان از راه شرکت‌های خانگی خود و کارآفرینی توانمند شدند (۲۵). کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر روان‌شناسی در بخش گردشگری می‌باشد. موونو و همکاران^۴ نتیجه گرفتند که از راه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری، زنان محلی نه تنها به توانمندی اقتصادی، بلکه روانی، اجتماعی و سیاسی نیز دست یافته‌اند (۲۶). کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اجتماعی در بخش گردشگری می‌باشد. ابوشوک و همکاران بیان داشتند که کشورها تمام برای کاهش شکاف جنسیتی و حمایت از مشارکت و اشتغال زنان در بخش گردشگری می‌کوشند (۶). خلیل^۵ در نتایج خود مطرح کرد که مشکل عمده‌ای که زنان در فعالیت‌های گردشگری با آن مواجه هستند، موضوع جنسیت است، زیرا تنها مردان حرف واقعی را در کسب و کار اقتصادی و تأمین درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری دارند. خدمات اصلی که زنان می‌توانند در فعالیت‌های گردشگری ارائه دهند عبارت‌اند از راهنمای تور و پذیرایی؛ با این حال آن‌ها باید ابتدا برای کسب مهارت و دانش آموزش ببینند. آن‌ها همچنین باید از ابتدا تا انتها درگیر توسعه تور باشند تا دیدگاهی جامع در مورد گردشگری به عنوان یک تجارت کسب کنند (۲۷). کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر

² Hao, F., Zhang, S., & Xiao, H

³ Al-Dajani, H., & Marlow, S.

⁴ Movono, A., & Dahles, H

⁵ Khalil, S.

¹ Alshareef, F. M., & AlGassim, A. A

فرهنگی در منطقه محدود می‌شود و زنان روستایی در مقایسه با سایر مناطق از مزایای اقتصادی گردشگری کشاورزی محروم می‌مانند (۲۹). کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی تأثیرگذار است؛ در نتیجه می‌توان توسعه گردشگری کشاورزی را بر اساس کارآفرینی زنان در بخش گردشگری در جامعه آماری پیش‌بینی نمود. قنبری و همکاران کار زنان بر توسعه گردشگری تأثیرگذار است (۳۰). توانمندسازی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. قنبری و همکاران هم نتیجه گرفتند که توانمندسازی زنان به گونه مثبت از توسعه گردشگری حمایت می‌کند (۳۰). ادوچی و همکاران نتیجه گرفتند که مشارکت زنان در زنجیره ارزش گردشگری، می‌تواند وسیله‌ای مهم برای پیشبرد توانمندسازی جنسیتی و تقویت شمول اجتماعی و توسعه گردشگری باشد (۲۹). توانمندسازی از نظر روان‌شناسی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. الشاعر و همکاران تأثیر مستقیم توانمندسازی زنان (از لحاظ روانی) بر توسعه گردشگری پایدار مؤثر است (۱۵). گیل آریو و همکاران در نتایج خود مطرح کردند که تأکید بر حفظ و بازیابی فرهنگی به رهبری زنان می‌تواند منجر به تضمین توسعه گردشگری پایدار شود (۴). توانمندسازی از نظر اجتماعی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. الشاعر و همکاران تأثیر مستقیم توانمندسازی زنان (از لحاظ اجتماعی) بر توسعه گردشگری پایدار مؤثر است (۱۵). توانمندسازی از نظر سیاسی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت نمی‌کند. این نتیجه با نتایجی که الشاعر و همکاران گرفتند مغایرت دارد. آن‌ها نتیجه گرفتند توانمندسازی زنان (سیاسی) بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر مستقیم دارد (۱۵). توانمندسازی از نظر اقتصادی به گونه مثبت از توسعه گردشگری کشاورزی حمایت می‌کند. آقازمانی و همکاران^۲ نتیجه گرفتند که توانمندسازی زنان از نظر اقتصادی از توسعه گردشگری حمایت می‌کند (۳۱).

متغیر توانمندسازی دارای نقش میانجی جزئی در تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی می‌باشد و می‌تواند استنباط نمود که در تأثیر درک از فعالیت و کار زنان بر توسعه گردشگری کشاورزی، متغیر توانمندسازی نقش میانجی (جزئی) دارد. گاجیک و همکاران در نتایج خود مطرح نمودند که امروزه دستیابی و تطبیق کارکردهای کاری و خانوادگی برای زنان بسیار دشوار است، زیرا از حمایت کافی از سوی نهادها برخوردار نیستند. در روستاها، این مشکل به گونه خاص برجسته است. زنان روستایی فرصت‌های محدودی برای اشتغال، تحصیل و استقلال اقتصادی دارند. اغلب، آن‌ها مالکیت ندارند که یک عامل محدودکننده در راه‌اندازی کسب و کار خودشان است؛ اما تصور این است که این وضعیت آرام آرام در حال تغییر است و زنان روستایی در مسابقات نهادهای مربوطه شناخته می‌شوند. هم‌زمان انجمن‌هایی تشکیل می‌شود که وظیفه آن‌ها ارتباط، آموزش و توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی است؛ بنابراین در تأثیر درک کار زنان بر توسعه گردشگری، توانمندسازی نقش

سیاسی در بخش گردشگری است. این نتیجه با یافته‌های ابوشوک و همکاران مطابق است. آن‌ها نتیجه گرفتند که دولت عمان استراتژی کارآفرینی زنان در گردشگری برای افزایش توانمندسازی سیاسی آنان را در پیش دارند و به همین جهت دولت عمان می‌خواهد تا نمایندگی زنان را در مناصب سیاسی افزایش دهد. بیش از نیمی از نیروی کار امارات را زنان تشکیل می‌دهند که نشان‌دهنده مستقیم توانمندی زنان است. ابتکارات گردشگری هم‌چنین، باید مشارکت زنان را ارتقا بخشد و برابری جنسیتی را در نظر بگیرد. دولت‌ها باید ابتکارات پیش‌تری را برای اجازه دادن به زنان کارآفرین برای مشارکت در طرح‌های توسعه گردشگری آغاز کنند. طرح‌های سرمایه‌گذاری برای زنان باید برای ارتقای توانمندسازی زنان در مهمان‌نوازی، صنایع دستی و سایر مشاغل مرتبط با میراث اجرا شود (۶). گاجیک و همکاران نتیجه گرفتند که به زنان فرصت‌های شغلی و امتیازات برابری داده نمی‌شود و هم‌چنین، به مردان اعتقاد معتدلی دارند که به آن‌ها حق پست‌های نظارتی و اداری داده می‌شود (۷). موونو و همکاران نتیجه گرفتند که از راه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری، زنان محلی نه تنها به توانمندی اقتصادی، بلکه روانی، اجتماعی و سیاسی نیز دست یافته‌اند (۲۶). کارآفرینی زنان در بخش گردشگری پیش‌بینی کننده توانمندسازی از نظر اقتصادی در بخش گردشگری است؛ در نتیجه می‌توان توانمندسازی از نظر اقتصادی را بر اساس کارآفرینی زنان در بخش گردشگری در جامعه آماری پیش‌بینی نمود. صاحب سرا نتیجه گرفت کار بانوان در گردشگری رویداد بر توانمندسازی اقتصادی زنان تأثیر معنادار دارد (۲۸). الشریف و همکاران نتیجه گرفتند که به زنان فرصت‌های شغلی و امتیازات برابری داده نمی‌شود و هم‌چنین، به مردان اعتقاد معتدلی دارند که به آن‌ها حق پست‌های نظارتی و اداری داده می‌شود (۲۳). گاجیک و همکاران در نتایج خود بیان کردند که موقعیت زنان در روستاها دشوار است و تعصبات پیشرفت آن‌ها را محدود می‌کند، اهمیت و ضرورت توانمندی اقتصادی آن‌ها باید مدام مورد توجه قرار گیرد (۷). موونو و همکاران نتیجه گرفتند که از راه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری، زنان محلی نه تنها به توانمندی اقتصادی، بلکه روانی، اجتماعی و سیاسی نیز دست یافته‌اند (۲۶).

درک از فعالیت و کار زنان در گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی تأثیرگذار است. ابوشوک و همکاران نتیجه گرفتند توانمندسازی زنان حمایت از توسعه گردشگری را به دنبال دارد (۶). الشاعر و همکاران نیز به نتیجه مشابهی دست یافتند آن‌ها فهمیدند که توانمندسازی زنان از راه گردشگری و تأثیر مستقیم بر توسعه پایدار گردشگری دارد و هم‌چنین، تأثیر غیرمستقیم از راه مشارکت گردشگری دارد (۱۵). ادوچی و همکاران^۱ نتیجه گرفتند که زنان روستایی به دلیل هنجارها و فرهنگ جوامع روستایی به ندرت در مداخلات یادداشت تفاهم جهانی (GMOUs) در پروژه‌های زنجیره ارزش گردشگری کشاورزی شرکت می‌کنند. این نشان می‌دهد که اگر سنت مردم همچنان مانع مشارکت مستقیم زنان روستایی در برنامه‌های GMOU شود، دستیابی به برابری جنسیتی و تغییرات

¹ Uduji, J. I., Okolo-Obasi, E. N., Onodugo, V. A., Nnabuko, J. O., & Adedibu, B. A.

² Aghazamani, Y., Kerstetter, D., & Allison, P.

در جهت کارآفرینی و توانمندسازی، احیای مشاغل بومی و سنتی، امکان برگزاری رویدادها برای نمایش سنت‌های محلی به گردشگران، ایجاد علاقه و اعتماد به نفس در بانوان برای کارآفرینی در خصوص فعالیت‌های گردشگری کشاورزی، فرهنگ‌سازی برای حمایت خانواده‌ها و جامعه محلی از کارآفرینی بانوان در زمینه گردشگری کشاورزی، دعوت از زنان کارآفرین روستایی موفق به عنوان چهره اجتماعی برای الگو گیری بانوان روستایی، ایجاد امکانات و تجهیزات عمومی و اجتماعی برای توانمندسازی بانوان از هر جهت، افزایش ظرفیت جایگاه‌های زنان در مقام‌های محلی، مشارکت دادن بیش‌تر بانوان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به گردشگری، ایجاد فضای امن کسب و کار برای بانوان، حمایت دولت و جامعه محلی از کار بانوان و برگزاری استارت آپ‌های گردشگری پیرامون ایده‌های نو به جهت توسعه گردشگری کشاورزی، آموزش زبان خارجی مانند زبان انگلیسی به بانوان و دختران جوان برای برقراری ارتباط بهتر با گردشگران خارجی، تشویق بانوان برای مستقل شدن آن‌ها و کسب درآمد از فروش محصولات کشاورزی خود به گردشگران اهمیت بیش‌تری داده شود.

از جمله محدودیت‌های پیش روی پژوهشگر می‌توان به شیوع کرونا در حین انجام پژوهش اشاره کرد که دسترسی به منابع کتابخانه‌ای و همچنین، جامعه آماری برای پخش پرسش‌نامه‌ها، محدود کرده بود. شیوع بیماری کرونا بر بسیاری از کسب و کارها بویژه کسب و کارهای گردشگری تأثیر منفی داشته است؛ بنابراین قطعاً بر توانمندسازی زنان، توسعه گردشگری در این منطقه و نظرات پاسخ‌دهندگان تأثیرگذار بوده است. با توجه به پژوهش‌های گذشته، توانمندسازی بانوان فقط شامل ابعاد روانی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی نمی‌شود و ابعاد دیگری مانند قانونی، خانوادگی و فرهنگی را نیز باید بررسی کرد. در این پژوهش پژوهشگر فقط به این چهار عامل اصلی یعنی روانی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی پرداخته است و کمبود آمار و داده‌های دقیق از گردشگری کشاورزی و مقدار مشارکت بانوان در گردشگری کشاورزی در منطقه اورامانات از دیگر محدودیت‌های آن می‌باشد.

مهمی دارد (۷). متغیر توانمندسازی دارای نقش میانجی جزئی در تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی می‌باشد، پس این فرضیه نیز تأیید می‌شود و می‌توان استنباط کرد که در تأثیر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری بر توسعه گردشگری کشاورزی، متغیر توانمندسازی نقش میانجی (جزئی) دارد. موونو و همکاران نتیجه گرفتند که از راه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری، زنان محلی نه تنها به توانمندی اقتصادی، بلکه روانی، اجتماعی و سیاسی نیز دست یافته‌اند (۲۶).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به نتایج مطرح شده می‌توان پیشنهاد کرد که از راه برگزاری رویدادهای گوناگون مرتبط با گردشگری کشاورزی در منطقه اورامانات می‌توان کار زنان را توسعه داد و با برگزاری جشنواره‌های برداشت محصولات کشاورزی، صنایع‌دستی با همکاری و رهبری بانوان، افزایش فرهنگ‌سازی در خصوص کار بانوان، توضیح فواید کار بانوان در حیطه گردشگری کشاورزی و الزام مشارکت آن‌ها به جامعه محلی از روش‌های گوناگون، مشارکت بانوان در رویدادهای محلی و تقویت حس استقلال و عزت‌نفس آن‌ها، ارائه اطلاعات در خصوص اهمیت استقلال و اهمیت حضور مؤثر آنان در توسعه گردشگری به جامعه محلی، پرداخت حقوق دستمزد برابر بانوان و آقایان به جهت تقویت حس عزت‌نفس آنان، برگزاری کلاس‌های مهارت‌های همه جانبه در حوزه گردشگری کشاورزی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای بانوان در اقامتگاه‌های بوم گردی، اهمیت به آموزش جامعه محلی در خصوص ایجاد محیط امن در محل کار در گردشگری کشاورزی، حمایت نهادهای دولتی از بانوان در هنگام رویارویی با مشکلات گردشگران، آماده‌سازی بیش‌تر بانوان برای نمایندگی در مناصب سیاسی، برابری جنسیتی در جایگاه‌های دولتی و مقام‌های سیاسی، شناخت و تقویت انگیزه‌ها و ویژگی‌های شغلی زنان، راه‌اندازی کارگاه‌های آموزشی مشاغل و کسب و کارهای الکترونیکی، ایجاد قوانین و فرهنگ‌سازی برای پرداخت برابری جنسیتی دستمزد، راه‌اندازی کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی و کسب و کارهای الکترونیکی، تخصیص تسهیلات و وام‌های بانکی با بازپرداخت آسان برای کارآفرینی راحت‌تر، آموزش مهارت‌ها به بانوان

References

- 1- Hashimoto A, Telfer D. Female empowerment through agritourism in rural Japan. In: *Tourism and Agriculture*. Routledge; 2011. p. 72-84.
2. YILDIRIM G, TARINÇ A, KILINÇ CC. Women entrepreneurship in tourism: The case of Turkey. *J Tour Gastron Stud*. 2020;8(4):2462-77.
- 3- Bird BJ. *Entrepreneurial behavior*. Scott Foresman & Company; 1989.
- 4- Gil Arroyo C, Barbieri C, Sotomayor S, Knollenberg W. *Cultivating women's*

- empowerment through agritourism: Evidence from Andean communities. *Sustainability*. 2019;11(11):3058.
- 5- Tarasi Z, KarimZadeh H, Aghayarihir M. Investigating the relationship between capacity building and empowerment of rural women (case study: Zanjan city). *Geogr Dev*. 2020;18(58):203-24 [persian].
- 6- Abou-Shouk MA, Manna MT, Elbaz AM. Women's empowerment and tourism development: A cross-country study. *Tour Manag Perspect*. 2021;37:100782.

- 7- Gajić T, Vukolić D. Is the Participation of women in the rural tourism Development of Serbia visible. *J Tour Sport Manag*. 2021;4(2):498–505.
- 8- Lynthia SE. Exploring Agritourism as Sustainable Development for Solomon Islands. Ritsumeikan Asia Pacific University; 2019.
- 9- Serafimova M, Petrevska B. Female entrepreneurship in tourism: A strategic management perspective in Macedonia. *J Appl Econ Bus*. 2018;6(1):21–32.
- 10- Kapoor S. Entrepreneurship for economic and social empowerment of women: A case study of a self help credit program in Nithari Village, Noida, India. *Australas Accounting, Bus Financ J*. 2019;13(2):123–42.
- 11- Duffy LN, Kline CS, Mowatt RA, Chancellor HC. Women in tourism: Shifting gender ideology in the DR. *Ann Tour Res*. 2015;52:72–86.
- 12- (UNWTO). UNWTO. Global Report on Women in 1074 Tourism. Madrid UNWT. 2019;2nd edn.
- 13- Hutchings K, Moyle C, Chai A, Garofano N, Moore S. Segregation of women in tourism employment in the APEC region. *Tour Manag Perspect*. 2020;34:100655.
- 14- Seyfi S, Hall CM, Vo-Thanh T. The gendered effects of statecraft on women in tourism: Economic sanctions, women's disempowerment and sustainability? *J Sustain Tour*. 2022;30(7):1736–53.
- 15- Elshaer I, Moustafa M, Sobaih AE, Aliedan M, Azazz AMS. The impact of women's empowerment on sustainable tourism development: Mediating role of tourism involvement. *Tour Manag Perspect*. 2021;38:100815.
- 16- Vukovic DB, Petrovic M, Maiti M, Vujko A. Tourism development, entrepreneurship and women's empowerment–Focus on Serbian countryside. *J Tour Futur*. 2021;
- 17- Vujko A, Tretiakova TN, Petrovic MD, Radovanovic M, Gajic T, Vukovic D. Women's empowerment through self-employment in tourism. *Ann Tour Res*. 2019;76(C):328–30.
- 18- Pashayi Z. Investigating the role of empowering rural women in the development of rural tourism, a case study: the villages of Jolfa city. 2017 [persian].
- 19- Azizi S. The role of tourism in empowering rural women. In: International conference on new researches in management. Economy, capacity of tourism industry in development; 2017 [persian].
- 20- Özsungur F. A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. In: Women's Studies International Forum. Elsevier; 2019. p. 114–26.
- 21- Arabkhani A, Seyed Mirzaei SM, Kaldi A. Analysis of the empowerment of rural women in the production of handicrafts (case study of Ashgabat district, Neishabur county). *Sci Res J Islam Art Stud*. 2019;16(36):338–56 [persian].
- 22- Ertac M, Tanova C. Flourishing women through sustainable tourism entrepreneurship. *Sustainability*. 2020;12(14):5643.
- 23- Alshareef FM, algassim AA. WOMEN empowerment in tourism and hospitality sector in saudi arabia. *Int J Recent Trends Bus Tour*. 2021;5(4):11–20.
- 24- Hao F, Zhang S, Xiao H. A return to innocence: Guimi tourism and women empowerment. *Int J Tour Res*. 2021;23(6):971–83.
- 25- Al-Dajani H, Marlow S. Empowerment and entrepreneurship: A theoretical framework. *Int J Entrep Behav Res*. 2013;
- 26- Movono A, Dahles H. Female empowerment and tourism: A focus on businesses in a Fijian village. *Asia Pacific J Tour Res*. 2017;22(6):681–92.
- 27- Khalil S. Women Empowerment in Marginalized Villages via Tourism: A Case of Aswan Governorate, Egypt. *Int J Heritage, Tour Hosp*. 2018;12(2):19–31.
- 28- Sahebsara S. Investigating the Impact of Event Tourism on the Empowerment of Rural Women Case Study: Semnan Province. 2017.
- 29- Uduji JI, Okolo-Obasi EN, Onodugo VA, Nnabuko JO, Adedibu BA. Corporate social responsibility and the role of rural women in strengthening agriculture-tourism linkages in Nigeria's oil producing communities. *J Tour Cult Chang*. 2021;19(6):754–80.
- 30- ghanbari a, derakhshan e, hassanzadeh m, geramizadeh a. factors affecting women empowerment with an emphasis on tourism (case study: sisakht city).

31- Aghazamani Y, Kerstetter D, Allison P. Women's perceptions of empowerment in Ramsar, a tourism destination in northern

Iran. In: Women's Studies International Forum. Elsevier; 2020. p. 102340.



