

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۱۳

ارزیابی و تحلیل گردشگری شهری در توسعه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی شهر ایلام)

ناهید رضانیایی^۱، پاکزاد آزادخانی^۲، سرور اعلائی^۳

چکیده

ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، محرکی مؤثر برای رشد و توسعه اقتصاد و بهبود کیفیت زندگی آنها محسوب می‌شود. زنان به دلیل فراهم نبودن زمینه، تاکنون از بسیاری از پتانسیل‌ها برای کارآفرینی بهره نبرده‌اند. یکی از زمینه‌های مطلوب برای ارتقا کارآفرینی زنان، توجه به گردشگری و صنعت توریسم در مناطق مختلف می‌باشد. زنان نقش کلیدی و مهم در توسعه گردشگری ایفا می‌کنند و حتی برخی از بزرگترین هتل‌های جهان با مدیریت زنان اداره می‌شود. زنان با کمترین ریسک، با آگاهی کامل از استعدادهای قوی درون خویش می‌توانند به اشتغال در زمینه‌های محلی و گردشگری دست یابند. بنابراین در این راستا، پژوهش حاضر با هدف ارزیابی و تحلیل نقش گردشگری شهری در توسعه کارآفرینی زنان شهر ایلام به روش توصیفی - تحلیلی انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه زنان (۱۵-۲۹ ساله) شهر ایلام تشکیل می‌دهد که ۳۸۴ نفر از آنها به روش کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب و بین آنها پرسشنامه استاندارد به صورت تصادفی ساده توزیع شد. پرسشنامه مذکور، پرسشنامه متناسب‌سازی شده ایمنی قشلاق و همکاران است که روایی و پایایی آن (آلفای ۰/۸۹۸) قبلاً مورد تأیید قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده شد. نتایج حاصل از بررسی فرضیات نشان داد گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در توسعه کارآفرینی زنان شهر ایلام است. همچنین گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در افزایش ریسک‌پذیری، افزایش خلاقیت و نوآوری، افزایش اعتماد به نفس و کاهش تقدیرگرایی در بین زنان شهر ایلام می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری شهری، توسعه، کارآفرینی زنان، شهر ایلام.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱. نویسنده مسئول، کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه باختر ایلام، تلفن تماس: ۰۹۱۸۹۲۲۵۱۱۰، Email: ramezaninahid04@gmail.com

^۲. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه باختر ایلام، Email: pakzad540azad@gmail.com

^۳. کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه باختر ایلام، تلفن تماس: ۰۹۱۶۰۶۸۶۱۶۹، Email: sorooraliae@yahoo.com

مقدمه

یکی از ویژگی های بارز جوامع امروزی، رشد شتابان شهرنشینی است. بر اساس شواهد، بیش از ۹۰ درصد جمعیت، امروزه در شهرهای کوچک و بزرگ زندگی می کنند. در این دسته از سکونتگاه های شهری مشاغل گوناگون وجود داشته و دائماً فرصت های شغلی جدید ایجاد می شود (مرجانی و صدری، ۱۳۹۳: ۲۷۸). یکی از فرصت های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی، به شدت رشد و گسترش می یابد، صنعت گردشگری است و نقاط «شهری» نیز به دلیل برخورداری از پتانسیل های گردشگری و زیبای طبیعی و «انسان ساخت»، می توانند یکی از کانون های گردشگری در قلمرو سرزمینی باشند (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۷۴). شهرها به عنوان یکی از پربیننده ترین مقاصد گردشگری جهان به شمار می آیند که هر ساله پذیرای میلیون ها نفر گردشگرند، گردشگری شهری اکنون به فعالیتی مهم بدل گشته است که جریان کارها، اقدام های اجتماعی و تغییرات فضایی فراوانی را به ویژه در کشورهای اروپایی شکل می دهد (کازس، ۱۳۸۴: ۱۰). شهرها و گردشگران دارای روابط مکملی هستند چرا که همه انواع گردشگری به نوعی به کانون خدمات شهری نیازمند می باشند. بنابراین در هرگونه برنامه ریزی برای توسعه و ترقی گردشگری باید به توانمندی کانون های شهری در ارائه خدمات (مستقیم و غیر مستقیم) نیز توجه شود (حسین زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲)، کار آفرینی فرایندی است که با آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید، با بهره گیری از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل، به وجود آورد. کارآفرینی عبارتست از فعالیت هدفمندی که برخی تصمیمات منسجم فردی یا گروهی از افراد را برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی دربرمی گیرد. این فرایند نیازمند فرهنگ کارآفرینی به مفهوم قبول مخاطره، تعقیب فرصت ها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تاسیس کسب و کار (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰: ۳). زنان به دلیل فراهم نبودن زمینه، تاکنون از بسیاری از پتانسیل ها برای کارآفرینی بهره نبرده اند اگرچه در کشورهای پیشرفته، گام های اساسی در رابطه با کارآفرینی زنان برداشته شده است اما در برخی از کشورهای در حال توسعه نظیر ایران هنوز اقدامات بنیادی انجام نشده است (شائمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۲). یکی از زمینه های مطلوب برای ارتقا کارآفرینی زنان، توجه به گردشگری و صنعت توریسم در مناطق مختلف می باشد. زنان نقش کلیدی و مهم در توسعه گردشگری ایفا می کنند و حتی برخی از بزرگترین هتل های جهان با مدیریت زنان اداره می شود. زنان با کمترین ریسک، با آگاهی کامل از استعداد های قوی درون خویش می توانند به اشتغال در زمینه های محلی و گردشگری دست یابند. نمونه بارز اثرگذاری در کشور ما، در شهرهای شمالی مشهود است (نجفی کانی، ۱۳۹۱: ۳). بنابراین با توجه به نقش مهمی که گردشگری در توسعه اقتصادی و ایجاد شغل برای افراد و یا حتی گروه هایی از زنان ایفا می کند این پژوهش بر آن است تا نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان در شهر ایلام را مورد بررسی قرار دهد. سوالاتی که در اینجا مطرح است این است که آیا گردشگری شهری در توسعه کارآفرینانه و گرایش زنان به کارآفرینی در شهر ایلام تأثیرگذار بوده است؟ گردشگری شهری تا چه حد در افزایش ریسک پذیری، خلاقیت و نوآوری، اعتماد به نفس و تقدیرگرایی زنان شهر ایلام مؤثر بوده است؟

فرضیاتی که براساس سوالات مطرح شده مطرح است به صورت زیر می باشد:

فرضیه اصلی تحقیق: گردشگری شهری در توسعه کارآفرینانه و گرایش زنان به کارآفرینی مؤثر بوده است.

فرضیه های فرعی تحقیق

- گردشگری شهری در افزایش ریسک پذیری زنان شهر ایلام مؤثر بوده است.
- گردشگری شهری در افزایش خلاقیت و نوآوری در بین زنان شهر ایلام تأثیرگذار بوده است.
- گردشگری در افزایش اعتماد به نفس زنان شهر ایلام مؤثر بوده است.
- گردشگری در کاهش میزان تقدیرگرایی زنان شهر ایلام مؤثر بوده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

گردشگری

گردشگری از جمله فعالیت هایی است که پتانسیل بالایی جهت اثرگذاری بر افراد برای گرایش آنان به سمت کارآفرینی در سال (WTO) دارد. از گردشگری تعاریف بسیاری وجود دارد که از جمله می توان به تعریف سازمان جهانی گردشگری ۱۹۹۱ اشاره کرد. این سازمان، گردشگری را این گونه تعریف کرده است: «گردشگری عبارتست از تمامی فعالیت های شخصی که مسافرت کرده و در یک مکانی خارج از محیط معمول به مدت کمتر از یک سال متوالی، به منظور استراحت، تجارت یا اهداف دیگر اقامت کند». گردشگری ممکن است شامل تعطیلات، سفرهای تجاری، دیدار از دوستان و آشنایان، مسافرت آموزشی (سفر علمی)، ورزشی، درمان و سلامتی یا سفر مذهبی باشد (ایمنی قشلاق و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۴).

شهرها به سبب استقرار جاذبه های متنوع و فراوان در کالبدشان، عموماً مقاصد مهمی در جذب گردشگر محسوب می شوند، موحد معتقد است که «گردشگری شهری، ترکیبی پیچیده از فعالیت های مختلف است که از به هم پیوستن ویژگی های محیطی و میزان توانمندی ها و کشش شهر در جذب بازدیدکنندگان و ارائه خدمات حاصل می شود» گردشگری شهری در چارچوب الگوی فضایی، گونه های متفاوتی دارد که بر بنیان جاذبه های موجود در شهر، رویدادها و انگیزه های گردشگری استوار است (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۱).

کارآفرینی

واژه ی کارآفرینی از کلمه ی فرانسوی گرفته شده است که مفهوم تعهدکاری را در برمی گیرد. کارآفرین کسی است که تعهد می کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی توأم با ریسک را بپذیرد (Kuratko & Hadgetts, 2001: 28) در آغاز کارآفرین در زبان فرانسه به کسی اطلاق می شد که گروه موزیک یا دیگر فعالیت های تفریحی و سرگرم کننده را سازماندهی می کرد. سپس در اوایل قرن شانزدهم میلادی این مفهوم برای کسانی به کار برده شد که به مأموریت های نظامی اعزام می شدند. به تدریج این واژه در قرن هفدهم کاربرد بیشتری پیدا کرد و فعالیت های مهندسی، همچون امور ساختمانی و سنگرسازی را نیز شامل شد. با شروع قرن هجدهم این اصطلاح برای فعالیت های اقتصادی نیز به کار گرفته شد. در این قالب مفهوم کارآفرین، بیش از چهار قرن سیر تکاملی خود را پیمود. از این زمان به بعد بود که واژه ی کارآفرین برای فعالیت های متنوع در قالب دیدگاه های مختلف مطرح شد (Khanka, 2003: 1). کارآفرینی فرآیندی از ارائه ی اندیشه های تازه و نو، بهره گیری از امکانات و فرصت های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است (شائمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۷).

از دید شومپیتر، کارآفرین یک نوآور و یک رهبر است. بنابراین، کارآفرین شخصی است که ترکیبات جدیدی از محصول را خلق می کند، یا مانند شخصی است که می خواهد ریسک هایی را برای سازماندهی و ساماندهی دوباره ی سازوکار اقتصادی و اجتماعی بپذیرد، یا مانند شخصی است که با به کارگیری فرصت های بازار، ناهماهنگی بین عرضه و تقاضا را از میان برمی دارد، یا شخصی است که خودش یک فعالیت تجاری دارد (Lordkipanidze, 2005, 788).

کارآفرینی، فرآیندی است که به ایجاد رضایتمندی یا تقاضای جدید منجر می شود. کارآفرینی عبارتست از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه ی منحصر به فردی از منابع برای بهره گیری از فرصت ها (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹: ۷). کارآفرینی، فرایند خلق چیزی نو و قبول مخاطرات و منافع آن است (Hisrich & et al., 2005: 8). کرزنر (۱۹۷۹) معتقد است، مشکل اصلی اقتصاد هر جامعه ای از درک نکردن فرصت ها نشأت گرفته است و از دید وی کارآفرینی، یعنی آگاهی از فرصت های سودآور و کشف نشده. شومپیتر، کارآفرینی را عامل محرک رشد اقتصادی می داند و سوتو از آن به عنوان پایه و اساس توسعه یاد می کند (Mohapatra

163: 2007) & et al. کارآفرین فردی است که ابزار تولید را برای ترکیب و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، خریداری می‌کند. کارآفرین موجب ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد می‌شود و نقش مهمی در سیستم‌های اقتصادی دارد. کارآفرینان بین عرضه و تقاضا تعادل برقرار می‌کنند. کارآفرینان اجناس را با قیمت مشخص و معینی برای کسب سود و فروش به قیمت نامعلومی می‌خرند. آنها "عدم قطعیت" را تحمل کرده و ریسک پذیرند. سود بالقوه‌ی فعالیت برای کارآفرینان ایجاد انگیزه می‌کند. بنابراین، طبق نظر کانتیلون، شرط لازم برای کارآفرین تحمل "عدم قطعیت" است (Lordkipanidze, 2002, 25).

کارآفرینی زنان

زنان کسب و کار خود را به دلیل تمایل و گرایش که به خودمختاری و چالش کشیدن حرفه و شغل خود دارند راه‌اندازی می‌کنند. آنها انتظار دارند که مورد تایید و احترام قرار گیرند و خودشکوفایی آنها ارضا گردد که کارآفرینی و خودمختاری، می‌تواند همه‌ی این عوامل را تأمین نماید. زنان کارآفرین علی‌رغم بسیاری از موانع، به هر طریق و هر طوری که شده راهی می‌یابند تا در فعالیت‌های کارآفرینانه درگیر شوند. برای یک زن کارآفرین، فرآیند راه‌اندازی یک کسب و کار، فوق‌العاده مشکل است، زیرا او با کمبود مهارت‌ها، آموزش و سیستم حمایتی اجتماعی که تلاش‌های او را تسهیل نمایند، مواجه است. اگرچه تلاش‌های زنان به روش‌های مختلف خنثی شده و آنها را با موانع زیادی مواجه ساخته است، اما تمایل به کارآفرینی در میان زنان یک تمایل قوی است. به طوری که امروزه صاحب کسب و کار نقش مهمی در سلامت اقتصاد جهان و تجارت میان جوامع دارند. در حال حاضر نیمی از جمعیت ۳/۴ میلیاردی نیروی کار فعال در جهان را زنان تشکیل می‌دهند. براساس مرکز کارآفرینی جهانی، از هر ۱۰۰ نفر در جهان، ۷ زن کارآفرین می‌شوند (گلرد، ۱۳۸۴).

یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصاد ملی و توسعه‌ی اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه‌ی ایفای نقش آنان در ساختارهای اقتصادی است. با توجه به نقش حساس زنان در تولید و توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، کارآفرینی به عنوان مهمترین عامل در به عرصه ظهور رساندن توانایی‌های زنان می‌باشد و هر قدر میزان مشارکت زنان افزایش یابد، روند رشد و توسعه تسهیل می‌گردد. نقش بسیار موثر و حیاتی کارآفرینان زن به عنوان بخش عظیمی از جمعیت انسانی جامعه بسیار چشمگیر و حائز اهمیت است به گونه‌ای که می‌توان ادعا نمود در آغاز هزاره سوم، آنان با شناسایی توانمندی‌های خود و یافتن جایگاه واقعی خود در عرصه‌های متنوع و مختلف اجتماعی، پیش‌قراولان حرکت و خیزش عظیم کارآفرینی جهانی قلمداد گردیده و می‌روند تا آفریدگار شگفتی‌های نوین در عرصه‌ی جهانی گردند. با توجه به محدود بودن تحقیقات درباره‌ی کارآفرینی زنان، تعاریف کارآفرینی زنان نیز بسیار محدود است. براس (۱۹۹۰) کارآفرینی زنان را شامل کلیه‌ی فعالیت‌های زنان در زمینه‌ی خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کلیه‌ی کسب و کارهای تک مالکیتی و جدید می‌داند (Djivre, 2006: 3). امروزه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه‌ی کارآفرینی زنان تأثیری مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت‌های مختلف کشورها دارد به طوری که از یک طرف سبب توسعه‌ی اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از طرف دیگر می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی زنان و خانواده‌های آنان شود (شائمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۶۲).

زنان در ایران اساساً تحت تأثیر دو عامل وارد عرصه‌کار می‌شوند: عوامل کششی (تمایلی) و فشاری (اجباری). عامل کششی اشاره به روندی دارد که در آن زنان ترغیب می‌شوند تا شغل یا فعالیت مخاطره آمیزی را صرفاً به لحاظ اشتیاق و اصرار بر اینکه بخواهند کاری را مستقلاً انجام دهند، دایر می‌کنند. در حالی که عوامل فشاری اشاره به روندی دارند که در آن زنان ناچارند کسب و کاری را دایر کنند تا بتوانند مشکلات اقتصادی خود را برطرف کنند (نحوی و کهنسال، ۱۳۹۰: ۹۷). متأسفانه هنوز هم مشکلاتی

در جهت ریشه کن کردن کامل تفکر بد مرد سالاری بودن جامعه وجود دارد و علاوه بر این بسیاری از عوامل موجود در جامعه اعم از عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فیزیولوژیکی نیز بر روند پیشرفت زنان کارآفرین تأثیر می گذارند، اما عموماً به خاطر عوامل و مسائل اجتناب ناپذیری نظیر توان محدود، اعتماد به نفس پایین، دسترسی اندک به اطلاعات تکنیکی، شرایط بد بازار محلی، دسترسی کمتر به سرمایه و...، زنان مؤسسات کوچک را به شرکت ها و موسسات بزرگ ترجیح می دهند (Sathyasundaram, 2004: 14). در مسیر توسعه فعالیت های کارآفرینانه زنان، موانع و مشکلات متعددی وجود دارد که شناسایی و رفع آنها منجر به تسهیل این امر خواهد شد. موانعی که زنان کارآفرین با آن مواجه هستند:

- ترس از شکست: دشواری و سختی در ورود به دنیای کارآفرینی
 - ملاحظات خانوادگی: نگرش همسر و نیازهای مربوط به فرزندان
 - کمبود سرمایه: شکست در تأمین سرمایه و دریافت وام
 - عدم توانایی در تفکیک نیازهای عاطفی، فردی و اجتماعی از نیازهای کسب و کار
 - شکست در جلب اعتماد بانک ها و آژانس های حمایتی
 - عدم توانایی در تمرکز بر مشکلات کسب و کار و توسعه راه حل ها
 - گرایش زنان به اینکه در جستجوی به تصویب و تأیید رساندن تصمیماتشان از جانب دیگران باشند به جای اینکه خود به طور مستقل تصمیم بگیرند و فقدان اعتماد به توانایی های شخصی خود (شائمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۶۲).
- زنان در بازار کار از نظر نوع شغل، موقعیت اشتغال، و میزان درآمد با شرایط متفاوتی نسبت به مردان مواجه اند. برای تحلیل و تبیین این تفاوت ها نظریه هایی شکل گرفته است؛ نظریه هایی که اصلی ترینشان نظریه نئوکلاسیک، نظریه تفکیک شدن بازار کار، و نظریه جنسیت است.

نظریه نئوکلاسیک برای تبیین تفاوت های جنسیتی و اختلاف درآمد بین کار زنان و مردان به متغیرهایی نظیر مسئولیت های خانوادگی، نیروی جمعیتی، آموزش های عمومی، غیبت، و جابه جایی از کار اشاره می کند و این عوامل را در میزان بهره وری نیروی کار مؤثر می داند.

نظریه های تفکیک بازار کار بر آن اند که بین دو گروه از مشاغل تفاوت وجود دارد: ۱- مشاغل گروه اول که از نظر پرداخت مزد، تأمین بیشتر، و فرصت های بیشتر وضع نسبتاً خوبی دارند؛ ۲- مشاغل گروه دوم که با مزد کم تر، تأمین کم تر، و محدودیت در زمینه امکان پیشرفت مواجه اند. در مشاغل گروه اول ثبات کارگر در کار برای کارفرما اهمیت دارد. بنابراین، عامل جابه جایی در کار زنان احتمال جذب آن ها را به مشاغل گروه دوم بیشتر می کند (زنگانه و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۶).

نظریه های مبتنی بر جنسیت بر آن اند که موقعیت تابعی زنان در بازار کار و خانواده با یکدیگر مرتبط و جزئی از یک سیستم اجتماعی است؛ سیستمی که در آن زنان تابع مردان اند (زنگانه و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۶).

درباره اشتغال زنان دیدگاه های مختلفی مطرح است که برخی از این دیدگاه ها مخالف اشتغال زنان و برخی موافق آن اند. برخی از محققان و نظریه پردازان با بیان دلایلی، جنبه های منفی اشتغال زنان را بررسی کرده اند. این گروه با تأکید بر وظایف فطری مادری و مسئولیت زن در قبال خانواده و فرزندان، به لزوم شاغل نبودن زنان و حضور دائم آنان در خانه تأکید می کنند. به طور کلی، نظریات و نتایج تحقیقات این گروه را می توان در دو دسته جای داد:

الف) عده ای از آنان معتقدند که زنان رسالتی فطری دارند و آن تربیت فرزند، شوهرداری، و رسیدگی به امور خانه است و پدر خانواده با داشتن شغل و درآمد رهبر اصلی خانواده محسوب می شود و اگر زن شغل نان آوری را به عهده گیرد، خطر رقابت با شوهر به میان می آید؛ مسئله ای که برای وحدت و هماهنگی خانواده زیان آور است (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۶۹).

ب) از سوی دیگر، تحقیقات بیانگر این امر مهم است که با افزایش اشتغال زنان درصد باروری و میزان مولید و تولید نسل کاهش می یابد. در این باره کلر^۱ (۱۹۹۱) می گوید: چنین به نظر می آید که کارکنان ۲۰ میلیون شغل در معرض خطرهای تولیدمثلی هستند؛ خطرهایی که بیشترشان ناپیداست و اثر آن ها ممکن است سال ها بعد ظاهر شود. به طور مسلم خانم های باردار و جنین آن ها از این گونه عوارض در امان نخواهند ماند (زنگانه و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۶).

اورلانیس در گزارشی که به کنفرانس جهانی در سال ۱۹۵۸ ارائه داد، این بحث را به طور جدی پیگیری کرد که اشتغال زنان در شرایط مساوی با مردان موجب کاهش نرخ مولید می شود. وی می گوید: در میان عوامل اجتماعی که در نرخ مولید اثر می گذارد مهم ترین آن ها وضع زنان است وی اضافه می کند که نرخ باروری در میان زنان کارگر شوروی ۱۳۸ در هزار، و در میان زنان کارگر بیکار ۱۹۹۹ در هزار است. او از این ارقام نتیجه می گیرد که ورود زنان به کار اجتماعی عامل اصلی کاهش مولید است (انصاری، ۱۳۸۰: ۱۰۵).

پیشینه تحقیق

سونیوک و بوک^۲ (۲۰۱۵) در مقاله ای به شناسایی نقش زنان در توسعه ی کارآفرینی چندوجهی در مزارع خانوادگی: با بهره گیری از رویکرد آموزشی کارآفرینانه پرداختند. بررسی جایگاه و وظایف زنان و مردان در فرآیند آموزش نشان داده که نقش اصلی زنان عبارتست از: ۱. معرفی مزرعه با کارکرد و هویتی جدید، ۲. فراهم کردن دسترسی به شبکه های جدید و آشنایی با محیط های تازه، ۳. شروع مذاکرات در خانواده های کشاورزان در ارتباط با وضعیت آینده ی مزرعه و محصولات اولیه یا چندگانگی عملکرد مزرعه. جعفر^۳ و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله ای به بررسی کارآفرینی و رشد گردشگری در توسعه کوهپایه های روستایی پرداختند. نتایج نشان داده که بیشتر کارآفرینان، زن و میانسال یا مسن هستند و از نظر سواد در سطح پایینی قرار دارند. اغلب این افراد با پس انداز شخصی خود این شرکت ها را راه اندازی کرده و به فعالیت تجاری مشغولند و با وجود رکود فصلی در تعداد گردشگران، برخورداری از حداقل سود و نیز فقدان دانش و مهارت لازم در گردشگری، زمینه ی اشتغال را برای طیف وسیعی از افراد ایجاد می کنند. شرکت کنندگان در این پژوهش از هیچ گونه حمایت و یا آموزشی از سوی دولت برخوردار نیستند از این رو انگیزه ی کمی در میان اهالی محلی برای شرکت در فعالیت های وابسته به گردشگری وجود دارد. آلانسو و تریلو^۴ (۲۰۱۴) مقاله ای با عنوان زنان، محیط روستایی و کارآفرینی انجام دادند و معتقد بودند که پژوهش هایی که پیرامون اشتغال زنان انجام شده اند صرفاً در صدد رسیدن به نتایجی برای مواجهه با شرایط خشونت و انزوای اجتماعی بوده اند و به طور کلی هیچیک از آنها خصوصیات مناطق روستایی را در نظر نگرفته اند. حداقل سه معضل اجتماعی وجود دارد که باید از جنبه ی جنسیتی مورد بررسی قرار گیرند: مهاجرت از روستاها و به تبع آن کاهش جمعیت روستایی، مردسالاری و افزایش سن. پژوهش ایشان موقعیت اجتماعی-اقتصادی زنان را در شوراهای روستایی در اسپانیا در زمان حال و نیز از زمان تشکیل نهادهای مرتبط مورد تحلیل قرار داد. حسینی نیا و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله ای عوامل موثر بر عملکرد کسب و کارهای زنان کارآفرین را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که ارتباط بین متغیرهایی نظیر اهداف، انگیزه ها، داشتن مهارت برنامه ریزی، مهارت های مختلف کسب و کار و در نهایت برخورداری زنان از برخی نقاط قوت در کسب و کار با عملکرد کسب و کار آنها معنادار است و این متغیرها می توانند عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه زنان روستایی را تبیین کنند. سجاسی قیداری

^۱. Keleher

^۲. Seuneker & BockRural

^۳. Jaafar

^۴. Alonso & Trillo

و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله ای الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آنها حاکی از آن داشت که بر حسب شاخص‌های انتخابی و بر اساس آزمون همبستگی پیرسون، ارتباط معناداری بین عوامل سه گانه تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی برقرار است. همچنین بر اساس نتایج رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر به عمل آمده، پس از مشخص شدن میزان اثرات غیرمستقیم متغیرها، به محاسبه کل اثرات مستقیم و غیر مستقیم پرداخته شد که در نتیجه آن، ویژگی‌های کارآفرینانه با بیشترین تأثیر در کارآفرینی اکوتوریستی قرار دارد. در نهایت مشخص شد الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریستی ارائه شده این پژوهش، ۳۵/۲ درصد تبیین کننده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه است. زنگانه و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای عوامل موثر در اشتغالزایی زنان کارآفرین بخش تعاون استان خراسان رضوی را شناسایی و رتبه بندی نمودند. نتایج این مطالعه بیانگر آن بود که یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های زنان برای اشتغال، رفع نیازهای مادی است. بر این اساس، شغل درآمدزا برای زنان نیازهای مالی آنان را رفع می‌کند و کمکی اقتصادی در بهبود وضعیت مالی خانواده است. عامل جلوگیری از افسردگی در زنان رتبه آخر را در بین گزینه‌های مؤثر در اشتغالزایی زنان کسب کرده است. نحوی و کهنسال (۱۳۹۱) در مقاله‌ای عوامل موثر بر پیشرفت زنان کارآفرین استان مازندران را شناسایی نمودند. نتایج تحقیق ایشان نشان داد، دلیلی که اکثر زنان برای شروع کسب و کارشان ارائه دادند، عوامل اجتماعی بود. با توجه به اینکه زنان برای رونق دادن کسب و کار خود نیاز به کمک‌های مالی دارند، در نتیجه برای رفع این مشکل نیازمند دریافت وام از بانک‌ها هستند اما با توجه به اینکه هنوز در جامعه اعتماد زیادی به قابلیت‌های آنها وجود ندارد، در نتیجه آنها با مشکلات دریافت وام مواجه می‌شوند، آنها نیازمند تشویق و حمایت خانواده‌هایشان، محافل اجتماعی و از همه مهمتر دولت هستند و دولت نیز باید مقدمات تأمین حمایت‌های مالی برای زنان کارآفرین را فراهم نماید. شامی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان را مورد سنجش قرار دادند. نتایج تحقیق نشان داد که بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین آشنایی با بازاریابی بین‌الملل انواع نسبت‌های مالی، آشنایی با قانون کار، تکنیک‌های اندازه‌گیری کار و زمان و تعیین شرایط احراز شغل است و کمترین نیاز آنها، آشنایی با چهار اصل بازاریابی، شیوه‌های تأمین مالی از بانک‌ها و موسسات مالی، بیمه و قراردادهای بیمه، استانداردهای کیفیت و ایجاد انگیزش در کارکنان است. همچنین میان نیازهای آموزشی زنان کارآفرین بر حسب سابقه خدمت و میزان تحصیلات تفاوت معناداری وجود ندارد. ایمنی قشلاق و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق ایشان بیانگر آن بود که نتایج حاصل نشان می‌دهد جوانان روستای کندوان نسبت به جوانان روستای اسکندان از ویژگی‌های کارآفرینانه بالاتری برخوردارند و دلیل آن تعاملات فرهنگی در اثر حضور گردشگران و همچنین شکل‌گیری زیرساخت‌های اولیه و وجود فرصت‌های جدید در اثر گردشگری است. آنچه که تفاوت کار پژوهشی حاضر را با تحقیقات پیشین نشان می‌دهد این است که در تحقیقات پیشین به مطالعه کارآفرینی و چالش‌های پیش‌روی آن در بین زنان و جوانان پرداخته شده و همچنین کارآفرینی در زمینه گردشگری را به صورت کلی مورد بررسی قرار داده‌اند. اما در پژوهش حاضر کارآفرینی زنان در بخش گردشگری مورد مطالعه و بررسی قرار خواهد گرفت و ضرورت انجام آن اینگونه بیان می‌شود که با پرداختن به این موضوع می‌تواند زنان را به اشتغالزایی و کارآفرینی در بخش گردشگری و توسعه آن ترغیب نمود و عواملی که به تقویت کارآفرینی در آنها موثر است شناسایی خواهد شد.

مواد و روش تحقیق

روش به کار رفته در پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه است. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه ایمنی قشلاق و همکاران (۱۳۹۳) می‌باشد که پایایی و روایی آن قبلاً مورد بررسی قرار گرفته

(آلفای کرونباخ = ۰/۸۹۸) است. لذا در این پژوهش متناسب با جامعه آماری موردنظر تغییراتی در سوالات اعمال شد و مورد بررسی صاحب نظران و اساتید قرار گرفت در نهایت پایایی پرسشنامه یک بار دیگر مورد سنجش قرار گرفت که آلفای به دست آمده برای آن ۰/۸۹۸ محاسبه شد و نشان دهنده پایایی لازم می‌باشد. این پرسش‌ها در مورد شاخص‌های وضعیت ریسک پذیری، خلاقیت و نوآوری، اعتماد به نفس و تقدیرگرایی به صورت چندگزینه‌ای بوده و در قالب مقیاس لیکرت طراحی شده است. همچنین برای تکمیل اطلاعات از مصاحبه، مشاهده و مطالعات کتابخانه‌ای نیز استفاده شده است. برای سنجش میزان تأثیرگذاری گردشگری بر زنان و میزان ارتقای محرک‌ها و ایجاد انگیزه‌ی کارآفرینی در بین آنها از روش همبستگی استفاده شده است. بنابراین، جامعه آماری این پژوهش زنان (۱۵-۲۹ سال) شهر ایلام بوده که تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه و به طور تصادفی ساده انتخاب و پرسشنامه‌ها را تکمیل کرده‌اند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمون رگرسیون با استفاده از نرم‌افزار SPSS می‌باشد.

مواد و روش‌ها

از آنجا که پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش راهبرد توسعه شهری (CDS) در توسعه گردشگری شهری اصفهان است و قصد دارد تا با این هدف، کمکی هرچند کوچک به مدیران سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان اصفهان نماید، در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. روش‌های پژوهشی بر مبنای روش گردآوری داده‌ها، به "پژوهش‌های آزمایشگاهی، غیرآزمایشگاهی (توصیفی) و پژوهش‌های دیگر از قبیل پژوهش‌های تاریخی و کیفی" تقسیم می‌شوند. از آنجا که در پژوهش حاضر به منظور دستیابی به اهداف پژوهش داده‌ها بدون دست‌کاری گردآوری می‌گردند، پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی شاخه همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان و مدیران سازمان گردشگری و میراث فرهنگی شهر اصفهان، شورای شهر و شهرداری شهر اصفهان، شهرسازی و معاونت شهری استانداری و متخصصین به تعداد ۱۱۳۲ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران نمونه‌ای به تعداد ۲۸۷ نفر به صورت تصادفی انتخاب گردیدند. همچنین برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات لازم از پرسش‌نامه کتبی استفاده شده است که جهت سنجش راهبرد توسعه شهری (CDS) از پرسشنامه محقق ساخته که در چهار بعد و ۳۳ گویه استفاده شده است و همچنین جهت سنجش توسعه گردشگری از پرسشنامه محقق ساخته در ۴ بعد و ۱۸ گویه استفاده شده است.

یافته‌ها

آمار توصیفی:

جدول ۱ فراوانی تحصیلات را نشان می‌دهد و همانطور که مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی مربوط به لیسانس با ۷۷/۳ درصد می‌باشد.

جدول ۱: فراوانی تحصیلات پاسخ دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم و کمتر	۳	۰/۸
فوق دیپلم	۳	۰/۸
لیسانس	۲۹۷	۷۷/۳
فوق لیسانس و بالاتر	۸۱	۲۱/۱
جمع	۳۸۴	۱۰۰

جدول ۲ فراوانی تأهل را نشان می دهد و همانطور که مشاهده می شود حدود ۵۲ درصد پاسخ دهندگان را متأهل و ۴۸ درصد مجرد تشکیل می دهد.

جدول ۲: فراوانی تأهل پاسخ دهندگان

تأهل	فراوانی	درصد فراوانی
مجرد	۱۸۳	۴۷/۷
متأهل	۲۰۱	۵۲/۳
جمع	۳۸۴	۱۰۰

جدول ۳ فراوانی شغل را نشان می دهد و همانطور که مشاهده می شود بیشتر پاسخ دهندگان گزینه سایر شغل ها را انتخاب نمودند.

جدول ۳: فراوانی شغل پاسخ دهندگان

شغل	فراوانی	درصد فراوانی
دولتی	۶۲	۱۶/۲
شرکت خصوصی	۶۴	۱۶/۷
سایر	۲۵۸	۶۷/۲
جمع	۳۸۴	۱۰۰

آمار استنباطی:

فرضیه اصلی: گردشگری شهری در توسعه کارآفرینانه و گرایش زنان به کارآفرینی مؤثر بوده است.

جدول ۴: بررسی تأثیر گردشگری شهری در توسعه کارآفرینی زنان

مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد		مقدار t	سطح معناداری
	B	Std.Error	Beta			
ثابت	-۰/۵۶۹	۰/۰۸۰			-۷/۰۹۸	۰/۰۰۰
توسعه کارآفرینی زنان	۱/۱۲۶	۰/۰۲۴	۰/۹۲۲		۴۶/۳۹۵	۰/۰۰۰

متغیر: گردشگری شهری

جدول (۴) نشان می دهد که مقدار ثابت و متغیر توسعه کارآفرینی زنان هر دو در مدل معنادار شده اند چرا که سطح معنی داری برای هر دو ۰/۰۰۰ شده است. مقدار Beta بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار ثابت Beta است که برابر ۰/۹۲۲ می باشد، که نشانگر تأثیر متغیر گردشگری شهری بر توسعه کارآفرینی زنان شهر ایلام است. در واقع در این فرضیه چنانچه جدول نشان می دهد گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در توسعه کارآفرینی زنان شهر ایلام می باشد.

فرضیه فرعی ۱: گردشگری شهری در افزایش ریسک پذیری زنان شهر ایلام مؤثر بوده است.

جدول ۵) بررسی تأثیر گردشگری شهری در افزایش ریسک پذیری زنان

مدل	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد		مقدار t	سطح معناداری
		Beta	Std.Error		
ثابت	-۰/۶۹۶		۰/۱۴۲	-۴/۹۱۳	۰/۰۰۰
ریسک پذیری زنان	۱/۲۱۶	۰/۰۴۳	۰/۸۲۳	۲۸/۳۳۲	۰/۰۰۰

متغیر: گردشگری شهری

جدول (۵) نشان می دهد که مقدار ثابت و متغیر ریسک پذیری زنان هر دو در مدل معنادار شده اند چرا که سطح معنی داری برای هر دو ۰/۰۰۰ شده است. مقدار Beta بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار ثابت Beta است که برابر ۰/۸۲۳ می باشد، که نشانگر تأثیر متغیر گردشگری شهری در افزایش ریسک پذیری زنان شهر ایلام است. در واقع در این فرضیه چنانچه جدول نشان می دهد گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در افزایش ریسک پذیری زنان شهر ایلام می باشد.

فرضیه فرعی ۲: گردشگری شهری در افزایش خلاقیت و نوآوری در بین زنان شهر ایلام تأثیرگذار بوده است.

جدول ۶) بررسی تأثیر گردشگری شهری در افزایش خلاقیت و نوآوری زنان

مدل	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد		مقدار t	سطح معناداری
		Beta	Std.Error		
ثابت	-۱/۴۰۹		۰/۲۱۲	-۶/۶۵۶	۰/۰۰۰
خلاقیت و نوآوری زنان	۱/۴۲۹	۰/۰۶۴	۰/۷۵۲	۲۲/۳۰۱	۰/۰۰۰

متغیر: گردشگری شهری

جدول (۶) نشان می دهد که مقدار ثابت و متغیر خلاقیت و نوآوری زنان هر دو در مدل معنادار شده اند چرا که سطح معنی داری برای هر دو ۰/۰۰۰ شده است. مقدار Beta بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار ثابت Beta است که برابر ۰/۷۵۲ می باشد، که نشانگر تأثیر متغیر گردشگری شهری در افزایش خلاقیت و نوآوری زنان شهر ایلام است. در واقع در این فرضیه چنانچه جدول نشان می دهد گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در افزایش خلاقیت و نوآوری در بین زنان شهر ایلام می باشد.

فرضیه فرعی ۳: گردشگری در افزایش اعتماد به نفس زنان شهر ایلام مؤثر بوده است.

جدول (۷) بررسی تأثیر گردشگری شهری در افزایش اعتماد به نفس زنان

مدل	ضرایب غیر استاندارد			ضرایب استاندارد		سطح معناداری
	B	Std.Error	Beta	t	مقدار	
ثابت	۰/۵۲۹	۰/۱۳۳		۳/۹۶۵	۰/۰۰۰	
اعتماد به نفس زنان	۰/۶۷۹	۰/۰۴۰	۰/۶۵۲	۱۶/۸۲۴	۰/۰۰۰	
متغیر: گردشگری شهری						

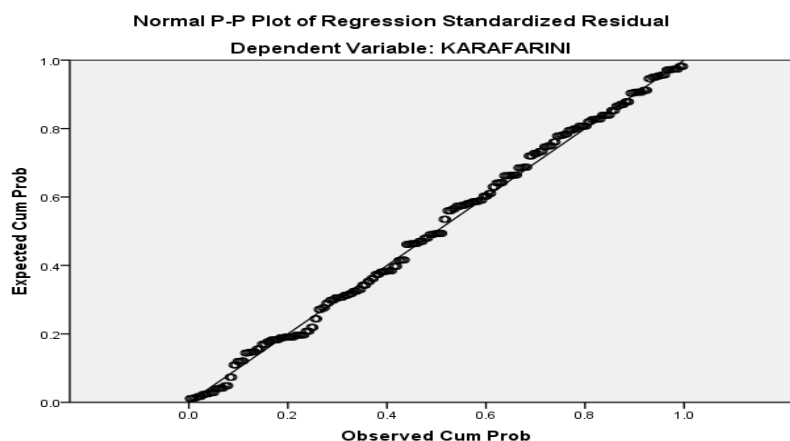
جدول (۷) نشان می دهد که مقدار ثابت و متغیر اعتماد به نفس زنان هر دو در مدل معنادار شده اند چرا که سطح معنی داری برای هر دو ۰/۰۰۰ شده است. مقدار Beta بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار ثابت Beta است که برابر ۰/۶۵۲ می باشد، که نشانگر تأثیر متغیر گردشگری شهری در افزایش اعتماد به نفس زنان شهر ایلام است. در واقع در این فرضیه چنانچه جدول نشان می دهد گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در افزایش اعتماد به نفس در بین زنان شهر ایلام می باشد.

فرضیه فرعی ۴: گردشگری در کاهش میزان تقدیرگرایی زنان شهر ایلام مؤثر بوده است.

جدول (۸) بررسی تأثیر گردشگری شهری در کاهش میزان تقدیرگرایی زنان

مدل	ضرایب غیر استاندارد			ضرایب استاندارد		سطح معناداری
	B	Std.Error	Beta	t	مقدار	
ثابت	-۰/۶۳۳	۰/۱۸۱		-۳/۵۰۴	۰/۰۰۱	
تقدیرگرایی زنان	۱/۱۵۲	۰/۰۵۵	۰/۷۳۳	۲۱/۰۳۵	۰/۰۰۰	
متغیر: گردشگری شهری						

جدول (۸) نشان می دهد که مقدار ثابت و متغیر اعتماد به نفس زنان هر دو در مدل معنادار شده اند چرا که سطح معنی داری برای هر دو کمتر از ۰/۰۵ درصد خطای استاندارد شده است. مقدار Beta بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار ثابت Beta است که برابر ۰/۷۳۳ می باشد، که نشانگر تأثیر متغیر گردشگری شهری در کاهش میزان تقدیرگرایی زنان شهر ایلام است. در واقع در این فرضیه چنانچه جدول نشان می دهد گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در کاهش تقدیرگرایی در بین زنان شهر ایلام می باشد.



شکل (۱): نمودار پراکنش مقادیر مشاهده شده در برابر مقادیر مورد انتظار

بنابراین طبق نمودار شکل (۱) مقادیر مشاهده شده در محور x تقریباً با مقادیر مورد انتظار در محور y مطابقت دارد و تخمین‌های به دست آمده از معادله خطی با مقادیر واقعی نزدیک می‌باشد. به عبارتی بین دو متغیر گردشگری شهری و توسعه کارآفرینی زنان شهر ایلام معادله رگرسیون خطی ساده برقرار است.

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری یکی از صنایعی است که به سرعت در حال رشد است. با رشد و رونق گردشگری نیازها و تقاضاهای جدید پیش می‌آید و میزان تقاضا نسبت به کالاها، خدمات و امکانات موجود افزایش می‌یابد. این امر، محیط ایجاد کسب و کارهای جدید را فراهم کرده و موجب افزایش روحیه کارآفرینی در بین جوامع می‌شود و همچنین منجر به افزایش سرمایه‌گذاری و ایجاد بنگاه‌های جدید اقتصادی در مناطق مستعد گردشگری می‌شود. بنابراین، رونق گردشگری شهر را از نظر اقتصادی، به محیطی پویا تبدیل می‌کند و در واقع، محیط شهر به محیطی انگیزشی و محرک برای کارآفرینی تبدیل می‌شود (ایمنی قشلاق و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۹۲). از طرفی اشتغال زنان با ایجاد دگرگونی‌های بنیادی در ساخت جامعه، نظام ارزش‌های سنتی، توزیع نقش‌ها، و پایگاه‌های زن و مرد در روابط خانوادگی، ثبات خانوادگی، تضعیف خانوادگی، و از جمله در مسائل مربوط به کودکان تأثیر بسزایی بر جای گذاشته است. تقسیم وظایف و نقش‌های افراد خانواده و تسخیر فضاهای اجتماعی به دست آنان به دگرگونی خانواده منجر شده و تعادل جدیدی در خانه و خانواده به وجود آورده است (زن‌گانه و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۳). درباره اشتغال زنان دیدگاه‌های مختلفی مطرح است که برخی از این دیدگاه‌ها مخالف اشتغال زنان و برخی موافق آن‌اند. در دنیای امروزی، با افزایش جمعیت، افزایش تقاضا و توسعه صنایع مختلف نیاز به نیروی کار بیشتر احساس شد. در سال‌های اخیر توسعه گردشگری و تبدیل شدن آن به یکی از صنایع مهم و درآمدزا در اقتصاد کشورها با ایجاد مشاغل گوناگون و کسب و کارهای کوچک فرصت‌های مناسبی را برای کارآفرینان و به ویژه زنان فراهم نموده است.

تحقیق حاضر با هدف نقش گردشگری شهری در توسعه کارآفرینی زنان در شهر ایلام انجام گرفت. آمار توصیفی نشان داد که ۷۷/۳ درصد از زنان پاسخگو تحصیلات لیسانس داشتند، حدود ۵۲ درصد آنها متأهل و ۴۸ درصد مجرد بودند. و بیشتر آنها نیز گزینه سایر مشاغل را انتخاب نمودند.

در بخش آمار استنباطی یافته‌ها حاکی از آن داشت که گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در توسعه کارآفرینی زنان شهر ایلام می‌باشد. همچنین گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در افزایش ریسک‌پذیری، افزایش خلاقیت و نوآوری، افزایش اعتماد به نفس و کاهش تقدیرگرایی در بین زنان شهر ایلام می‌باشد.

نتایج تحقیق حاضر با پژوهش ایمنی قشلاق و همکاران (۱۳۹۰) هم‌راستا می‌باشد. در پژوهش ایشان حضور گردشگران و به دنبال آن توسعه زیرساختی و ایجاد فرصت‌های جدید را در ایجاد روحیه کارآفرینی در بین جوانان تأثیرگذار دانستند و در تحقیق حاضر نیز گردشگری شهری عاملی تأثیرگذار و مهم در توسعه و ایجاد کارآفرینی شناسایی شد. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق جعفر و همکاران (۲۰۱۵) هم‌راستا نیست چرا که شرکت‌کنندگان در پژوهش ایشان از هیچ‌گونه حمایت و یا آموزشی از سوی دولت برخوردار نبودند از این رو انگیزه‌ی کمی برای شرکت در فعالیت‌های وابسته به گردشگری در بین آنها وجود داشت. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۳) هم‌راستا است، چون به اعتقاد آنها ویژگی‌های کارآفرینانه را در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی موثر دانستند و حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۳) کسب و کارهای زنان کارآفرین را از عوامل تبیین‌کننده کارآفرینی اکوتوریستی می‌دانند. دیگر پژوهش‌هایی که در پیشینه ذکر شد با تحقیق حاضر هم‌راستا نیستند و هر یک از آنها متغیرهای دیگری از کارآفرینی مورد بررسی قرار دادند از جمله سونیوک و بوک (۲۰۱۵) جایگاه و وظایف زنان و مردان در فرآیند آموزش را نشان دادند، تریلو و آلانسو (۲۰۱۴) موقعیت اجتماعی-اقتصادی زنان را در شوراهای روستایی در اسپانیا در زمان حال و نیز از زمان تشکیل نهادهای مرتبط مورد تحلیل قرار داد. زنگانه و همکاران (۱۳۹۲) یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های زنان برای اشتغال، رفع نیازهای مادی عنوان کردند. نحوی و کهنسال (۱۳۹۱) عوامل اجتماعی را یکی از عوامل تأثیرگذار بر پیشرفت کارآفرینی در زنان دانستند و شامی و همکاران (۱۳۹۰) نیازهای آموزشی زنان کارآفرین را مورد سنجش قرار دادند.

بنابراین با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش و بررسی نتایج پژوهش‌های دیگران می‌توان نتیجه گرفت که گردشگری یکی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در بین افراد به ویژه زنان است. بیشترین عاملی که زنان را به طرف کارآفرینی سوق داده نیازهای مالی بوده است، زنان برای برطرف کردن نیازهای مالی خود و خانواده به سمت کارآفرینی تمایل پیدا می‌کنند. گردشگری به دلیل تنوع مشاغل و ایجاد کسب و کارهای کوچک فرصت کارآفرینی بهتری را برای زنان فراهم نموده است. با توجه به نتایج حاصل از تحقیق پیشنهاداتی مبتنی بر نتایج ارائه می‌شود:

- ترویج فرهنگ کارآفرینی زنان در عرصه گردشگری در بین جامعه از طریق معرفی کارآفرینان گردشگری زن نمونه به منظور افزایش خودباوری، اعتماد به نفس و انگیزه کارآفرینی گردشگری
- معرفی فرصت‌های کارآفرینی گردشگری و بیان جذابیت‌های کارآفرینی به منظور توسعه کارآفرینی در بین زنان
- حمایت دولت از کارآفرینان گردشگری زن از طریق حمایت‌های مالی و آموزشی
- توسعه صنایع دستی و سوغات محلی شهر به عنوان کسب و کارهای خانگی برای زنان کارآفرین، به دلیل انعطاف در ساعات کاری
- ایجاد بسترهای حمایتی برای فروش محصولات تولیدی زنان کارآفرین

منابع

- احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۷۹)، «کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها»، تهران: شرکت پردیس
- انصاری، محمداسماعیل، (۱۳۸۹)، «جایگاه جنسیت در مدیریت و توسعه»، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندسازی زنان.
- ایمنی قشلاق، سیاوش، دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، بوذرجمهری، خدیجه، (۱۳۹۰)، «تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو)»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۸، ۱۹۵-۱۶۹.
- حسینی‌نیا، غلامحسین، یعقوبی‌فرانی، سیدین، رضا، (۱۳۹۳)، «سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب و کارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میانه»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، شماره ۴، ۵۵۸-۵۴۵.
- زنگانه، میثم، نیازی، عیسی، میرتوکلی، راحیل، عاشوری، الهام، باقری، رامین، (۱۳۹۲)، «رتبه‌بندی عوامل مؤثر در اشتغال‌زایی زنان کارآفرین با استفاده از تکنیک تاپسیس (مطالعه موردی: بخش تعاون استان خراسان رضوی)»، پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۱۴، ۸۳-۱۱۰.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۷۰)، «جامعه‌شناسی خانواده»، تهران: سروش.
- سجاسی قیداری، حمدالله، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی، آذر، عادل، (۱۳۹۲)، «الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه موردی: رود دره‌های گردشگری استان تهران)»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، دوره ۴۶، شماره ۲، ۲۹۲-۲۷۳.
- شائمی، علی، اعتباریان، اکبر، خیرمند، مرضیه، (۱۳۹۰)، «نیازسنجی آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان»، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۳، ۱۸۰-۱۵۱.
- عظیمی، شراره، پرتوی، پروین، شهبان، پویان، (۱۳۹۱)، «مدل مفهومی و چارچوب تحلیلی ساختار فضایی^۰ عملکردی با زنده سازی بافت تاریخی با تکیه بر گردشگری شهری»، دو فصلنامه‌ی دانشگاه هنر، شماره ۸.
- غنیان، منصور، خانی، فضیله، بقایی، لیلا، (۱۳۹۰)، «ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)»، پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره سوم، صص ۱۲۳-۹۹.
- کازس، ژرژ، (۱۳۸۴)، «جهانگردی شهری»، ترجمه صلاح‌الدین محلاتی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- گلرد پروانه، (۱۳۸۴)، عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایران، پژوهش زنان، دوره، شماره ۱.
- مرجانی، تیمور، صدری، سیدصدرالدین، (۱۳۹۳)، «توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها»، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۲، ۲۹۷-۲۷۷.
- نجفی کانی، علی‌اکبر، مهدوی، شهرام، سوری، فرشاد، (۱۳۹۱)، «ارزیابی و تحلیل نقش گردشگری روستایی در توسعه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: روستای زیارت، شهرستان گرگان)»، همایش ملی توسعه روستایی نمایشگاه توانمندی‌های روستایی، رشت.
- نحوی، ابودر و کهنسال، محمدرضا، (۱۳۹۰)، «عوامل مؤثر بر پیشرفت زنان کارآفرین (مطالعه موردی زنان استان مازندران)»، زن و مطالعات خانواده، سال ۳، شماره ۱۱، ۱۱۱-۹۵.
- Acooq, .., Tilloq .., (2014), Women, uual envooamnt and enppppeneuhhlp, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 161 (2014) 149 ° 155
- vvvve, J, (2006,, Female nppppeneuss of hte oo hhh eee aknrng Gound , *curren Research Issue in Small Business Development Comm*, 6926 EA, 1-12.
- Hisrich- oo be,,, , Pessss M.P. and Shephedd .. A., (2005;; *Entrepreneurship*”, Sixth Edition, Published by Mc Graw-Hill / Irwin, New York, America
- aaafa,, M., aa oooiimanehh, M., Tuan Lonkk ,, (2015), Toummngowhhand enppppeneuhhlp: Empiicial analysss of deveopment of uual hgghnnnd , *Tourism Management Perspectives* 14 (2015) 17° 24.
- hh anka, (2nai maEntrepreneurial developmentn, ee we ee hht: hh and an oo mpany ldd
- Kuratko, D. F., Hadgetts, R. M., (2004), “*Entrepreneurship Theory, Process and Practice*”, 6th Edition, Pub, South-Western, U.S.
- Lordkipanidze, M., eeeze,, .. , aa ckman, M., (2005,, The nppppeneuhhlp Facocr nn Sustainable Tourism ee reeba en,,, *Journal of Cleaner Production* No.13, PP. 787- 798.

- Mohapatra, S., Rozelle, S. and Goodhue, .. (2007,, The eeee of Seff- employment in Rural China: Development or eeeeeee , *World Development*, Vol. 35, No.1, PP. 163- 181.
- Sahlyauundaam, .. (2004), nn couaagnrg womens enppppeneusshpp . *Soc. Welfare*, 50(12):13-15
- Seuneker, P., Bockuuaa., .. , (2015,, xxplonng the ocoss of women nn hle deveoqment of muttffunciionannrppppeneuhhlip on famlly farmnn nrenppppeneullll aanmrgappocach , *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*.





پښتونستان د علومو او مطالعات فریښی
پرتال جامع علوم انسانی

