

بررسی تأثیر موانع گرایش زنان روستایی به کارآفرینی گردشگری (مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد)

سعدی محمدی^{۱*}، ژاله محمدشریفی^۲

چکیده

پژوهش حاضر در پی شناسایی موانع و مشکلات پیش‌روی ایجاد محیط مناسب و گرایش زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه اورامان شهرستان سروآباد به کارآفرینی است. جمع‌آوری داده‌ها در بخش نظری با استفاده از منابع اسنادی و در بخش عملی با روش پیمایشی و مبتنی بر توزیع پرسش‌نامه در میان ۹۷ زن روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستاهای بخش اورامان و ۵۰ نفر از آگاهان و مختصان توسعه روستایی است که به روش هدفمند انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده با آزمون‌های آمار استنباطی (تحلیل عاملی و تحلیل مسیر) نشان دادند که در مجموع پنج عامل ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های منابع مالی؛ ضعف در بازاریابی و نارسایی‌های خدماتی-زیرساختی؛ موانع اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی؛ ضعف‌های فردی و محدودیت‌های آموزشی و موانع فنی و عملی از موانع مهم پیش‌روی کارآفرینی زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستاهای منطقه هستند که در این میان، عامل ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی بیشترین تأثیر را در تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستایی منطقه مطالعه‌شده به کارآفرینی داشت.

کلیدواژگان

روستاهای بخش اورامان، زنان روستایی، کارآفرینی گردشگری.

saadi@pnu.ac.ir

۱. استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

ornmanoochehri@chmail.ir

۲. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۷/۱۳

مقدمه

زنان با زندگی در جوامع روستایی تجربه‌های متفاوت از تبعیض و محرومیت را می‌چشند، زیرا آنان عهده‌دار آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی هستند که به کسب درآمد ملموس منجر نمی‌شود و همین امر سبب می‌شود موقعیت اجتماعی- اقتصادی پایینی پیدا کنند، دسترسی و مالکیتشان بر منابع محدود شود و کنترل زندگی و درآمدشان در دست مردان باشد [۲]. بنابراین، ایجاد زمینه‌های خودآگاهی هدایت‌توانایی‌های اقتصادی و اجتماعی زنان و برنامه‌ریزی جهت جلب مشارکت آنان در فعالیت‌های گوناگون الزامی است [۳] تا بدین ترتیب زنان روستایی توانمند شوند. راهکار جدیدی که به منظور توانمندسازی زنان به‌عنوان بزرگ‌ترین گروه محرومان در رویکردهای جدید توسعه مورد پذیرش و اجرا قرار گرفته است، توانمندسازی زنان از طریق کارآفرینی آنهاست [۱۰]. در این میان، یکی از پتانسیل‌های عمده‌ای که در نواحی روستایی در چند ساله اخیر مورد استقبال قرار گرفته و زنان روستایی در آن به صورت گسترده فعالیت دارند، گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی به‌منزله ابزاری برای بازسازی و بازآفرینی محیط اقتصادی و اجتماعی روستاها در نظر گرفته شده است. گردشگری به‌منزله سریع‌ترین صنعت در حال رشد جهان با جذب مشارکت زنان و حمایت از توانمندی‌هایشان زمینه‌ساز تحرک زنان روستایی و کارآفرینی آنها شده است [۱۲؛ ۱۶؛ ۲۸؛ ۳۱؛ ۳۳]. اما در این میان، کارآفرینان زن در ارتباط با رونق فعالیت‌هایشان با دو نوع اصلی مشکلات روبه‌رو هستند؛ اولی موانع و مشکلات عمومی که در محیط روستایی برای همه کارآفرینان وجود دارد و دومی موانع و مشکلاتی است که مختص زنان کارآفرین در محیط‌های روستایی است [۴۱]. وجود این موانع موجب شده زنان در مشاغل سطح پایین در عرصه گردشگری جذب شوند و این چنین توانایی بهره‌گیری از فرصت‌ها و قابلیت‌هایشان را در راستای ایجاد کارآفرینی در عرصه فعالیت‌های گردشگری از دست بدهند [۱۹؛ ۲۱؛ ۳۴]. نامتعادل بودن نیروهای بازار کار نشان می‌دهد که محدودیت‌های فرهنگی و ساختاری تأثیر درخور توجهی در کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری زنان ایرانی دارد [۱۳]. این در حالی است که کسب‌وکارهای متعلق به زنان یک‌چهارم جمعیت تجاری دنیا را تشکیل می‌دهند و با روندی روبه‌رشد همچنان ادامه دارند. در بسیاری از کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) هر روز بر تعداد زنان کارآفرین افزوده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که این سازمان در آمار خود در سال ۲۰۱۰ اظهار کرده است که ۱۰ میلیون زن کارآفرین در اروپا برای ۱۵ میلیون نفر و ۶/۴ میلیون زن در ایالات متحده آمریکا برای ۹/۲ میلیون نفر شغل ایجاد کرده‌اند [۱۹؛ ۲۱]. همچنین، در سال ۲۰۰۹ در کشور دانمارک، سازمان سرمایه‌گذاری و تولید در این کشور، برنامه‌ای عملیاتی برای افزایش کارآفرینان زن طراحی و اجرا کرده است [۳۲]. در کشور هند نیز، سازمان توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بانک‌های کشور و به‌ویژه بانک توسعه صنایع کوچک در هند و حتی سازمان‌های غیردولتی، طرح‌هایی ویژه را برای کارآفرینی زنان، به‌ویژه در نواحی روستایی، به اجرا می‌گذارند [۴۳]. در این میان، به گزارش سازمان جهانی نظارت

بر کارآفرینی (Monitor Entrepreneurship Global) در سه سال اخیر منتهی به سال ۲۰۱۲ زنان ۸۳ میلیون کسب‌وکار راه‌اندازی کرده‌اند [۲۱؛ ۳۴]. این در حالی است که آمارها نشان می‌دهد کمتر از ۱۰ درصد از کارآفرینان در ایران زن‌اند [۱۵] و در این میان با توجه به پایین بودن میزان مشارکت اقتصادی زنان روستایی و ضرورت خوداشتغالی آن‌ها در جهت توسعه روستایی و رشد و توسعه اقتصادی کشور و نیز با توجه به سهم انکارناپذیر زنان روستایی و فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها در تولید ملی و توسعه اقتصادی، برنامه‌ریزی برای خوداشتغالی و کارآفرینی زنان از مسائل مورد توجه دولت‌مردان و مسئولان کشور است و لذا ضروری است که شرایط مناسب برای این‌گونه فعالیت‌های زنان روستایی، با توجه به پتانسیل روستاها که از مهم‌ترین آن‌ها گردشگری است، در ایران فراهم شود تا از این طریق ضمن شکوفایی قابلیت‌ها و توانایی‌های زنان، با ورود این قشر به عرصه کسب‌وکار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشور ایجاد شود [۱۸].

منطقه مورد مطالعه این پژوهش بخش مرزی اورامان شهرستان سروآباد در استان کردستان است که انزوای جغرافیایی در نظام برنامه‌ریزی تمرکزگرای کشور سبب شده ضعف‌های ساختاری، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موجب شوند بیکاری و فقر در میان روستاییان و با نمود و شدت بیشتری در میان زنان روستایی این منطقه ایجاد شود. این در حالی است که این منطقه به لحاظ گردشگری روستایی یکی از مناطق مهم کشور و حتی در عرصه بین‌المللی است که با استقبال قابل قبولی نیز از سوی گردشگران داخلی و خارجی روبه‌روست، اما وضعیت به گونه‌ای رقم خورده است که گردشگری این منطقه پایدار و نتیجه‌بخش نبوده و نتوانسته است نقش درخور توجهی در پایداری و رونق اقتصادی و اجتماعی روستاهای این بخش داشته باشد. در این بین، زنان روستایی به‌عنوان قشری که می‌توانند آغازگر تحول در عرصه گردشگری روستا و بهبود وضعیت سرمایه‌های معیشتی خانواده‌شان باشند، به صورت محدود و عموماً در مشاغلی که چندان درآمدزا نبوده و نمی‌توانند به صورت مستمر جاذب گردشگران باشند، فعالیت می‌کنند. این در حالی است که با توجه به توانایی‌های بالقوه زنان در عرصه گردشگری روستایی و پتانسیل‌های گردشگری منطقه، که بیشتر به توانایی‌ها و حضور زنان نیاز دارد، زنان روستایی منطقه می‌توانستند با ایجاد کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک مبتنی بر آن، موجبات بهبود وضع نامطلوب موجود را فراهم آورند و نه تنها تأثیرات مثبت اقتصادی و اجتماعی را برای خود، بلکه در عرصه خانواده و محیط روستایی نیز مثمر واقع شوند و با هدایت گردشگری روستایی منطقه به سمت پایداری، زمینه‌ساز حرکت در مسیر ایجاد محیطی زیست‌پذیر و تاب‌آوری در روستاهای‌شان شوند. حال بر این مینا و با توجه به این اصل که جهت حل هر مسئله و معضلی در محیط‌های روستایی نیاز به شناسایی جامع وضع موجود به منظور تحلیل دقیق و ریشه‌یابی ساختاری موضوعات وجود دارد، به منظور برون‌رفت از وضع نامطلوب فعالیت و ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه زنان در عرصه گردشگری

این منطقه روستایی، با توجه به وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های فراوان، سؤال‌هایی به شرح ذیل تدوین شده‌اند:

- مهم‌ترین موانع مؤثر در ضعف گرایش زنان به کارآفرینی در عرصه گردشگری روستایی منطقه مورد مطالعه کدام‌اند؟

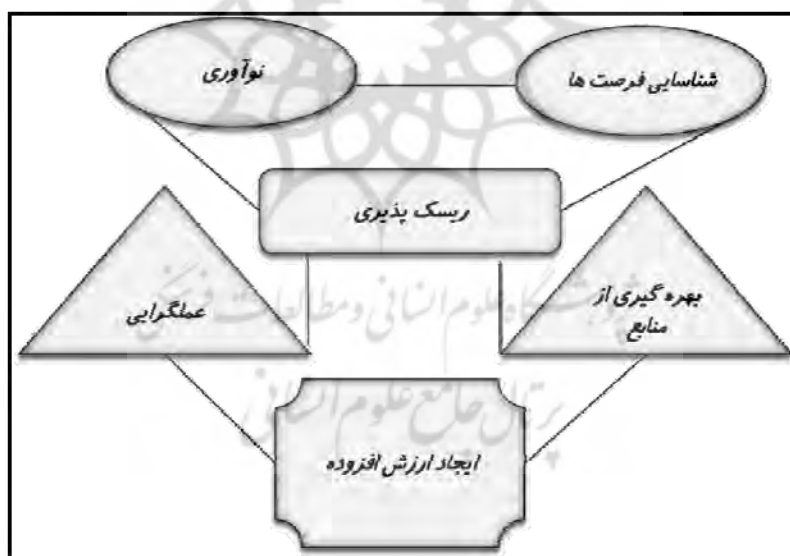
- کدامیک از موانع شناسایی شده در وضعیت تمایل و گرایش زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری به فعالیت‌های کارآفرینانه بیشترین تأثیر را دارد؟

چارچوب نظری

مفهوم کارآفرینی قدمتی طولانی و در تئوری‌های اقتصادی ریشه دارد. ریشه این کلمه از فعل فرانسوی (entreprendre) به معنای تعهد به انجام کار گرفته شده است [۳۰]. اولین بار مفهوم کارآفرینی در نظام اقتصادی را ریچارد کانتیلن^۱ (۱۶۸۰-۱۷۳۴) اقتصاددان مطرح کرد. وی کارآفرین را فردی می‌داند که به خرید وسایل و مواد تولیدی به قیمت خاص اقدام و آن‌ها را جهت به دست آوردن سود ترکیب می‌کند و محصولی جدید می‌آفریند [۲۰؛ ۳۵]. در ادامه، باپتیستا^۲ (۱۷۶۷-۱۸۶۸) در تعریف فرد کارآفرین و ویژگی‌ها وی، بر قدرت مدیریت تأکید کرد. وی کارآفرین را کسی معرفی می‌کند که افراد دیگر با مهارت‌های مختلف را جهت تولید محصولی جدید گرد هم می‌آورد، فعالیت‌هایش به ایجاد ارزش افزوده منجر می‌شود و بنابراین وی، میان کارآفرین و سرمایه‌داران این چنین تفاوت و تمایز ایجاد می‌کند [۲۰؛ ۳۰]. در ادامه، جوزف شومپتر^۳ (۱۸۳۳-۱۹۵۰) در تئوری توسعه اقتصادی‌اش (۱۹۱۱) کارآفرین را به‌عنوان عامل اصلی توسعه اقتصادی معرفی کرد. وی کارآفرین را از مدیر یک کسب‌وکار به رهبر و به‌عنوان یک نوآور و فردی خلاق بدل کرد [۲۷؛ ۲۸]. پیتر دراکر^۴ (۱۹۸۵) به‌عنوان یکی دیگر از بزرگان و نظریه‌پردازان عرصه مدیریت، کارآفرینی را به‌منزله فرایندی که به تولید سود به واسطه تولید محصول و ارائه خدمت جدید، منحصربه‌فرد و ارزشمند در محیط نامطمئن و مبهم منجر می‌شود تعریف می‌کند که در تعریفی مشابه نیز کریزner^۵ (۱۹۸۳) کارآفرینی را فرایند شناخت فرصت‌ها و پتانسیل‌های تولید سودآور جهت برطرف کردن نیازهای بازار و تقاضاهای برطرف‌نشده با تولید کالا و خدمت به شیوه‌ای کارآمدتر از وضعیت کنونی یا تولید محصول و خدمت جدید متفاوت از وضعیت کنونی تعریف می‌کند که به شکل‌گیری تقاضا و بازار فروش منجر می‌شود [۳۰]. کارآفرینی فرایند تولید و افزایش ثروت با ارائه یک محصول یا خدمت

1. Cantillon
2. Baptiste
3. Schumpeter
4. Drucker
5. Krizner

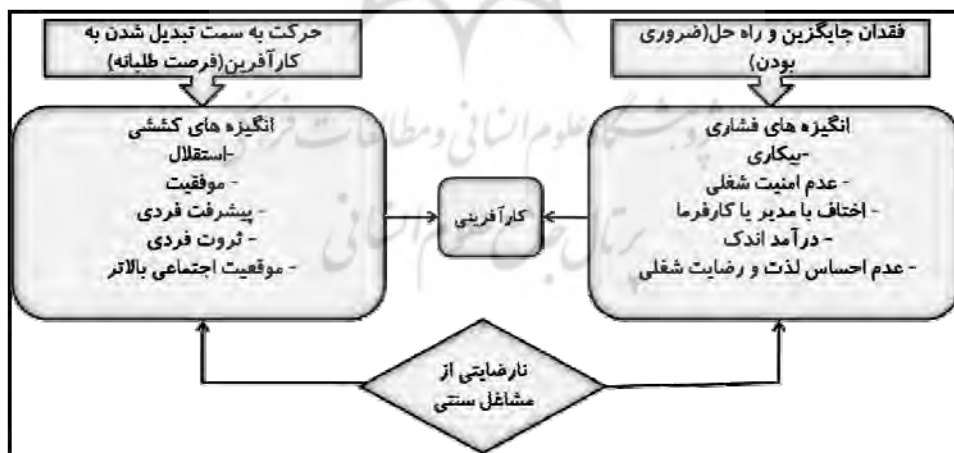
جدید، حاصل از ابتکار و هماهنگی شخص خطرپذیر و بامهارت به‌عنوان کارآفرین است. کارآفرینی فرایند ایجاد ارزش از هیچ و نادیده‌هاست؛ بدین معنا که این فرایند با بهره‌گیری از فرصت‌هایی که چندان شناخته‌شده و کنترل‌شده نیستند شکل می‌گیرد. کارآفرینی و تأثیرات آن کوتاه‌مدت نیست، بلکه بادوام و بلندمدت است. هیسریچ^۱ (۲۰۰۵) کارآفرینی را فرایند ایجاد کالا و خدمتی جدید و باارزش، با اختصاص زمان و تلاش زیاد، با قبول خطرات مالی، روانی و اجتماعی از سوی کارآفرین می‌داند که با پاداش‌هایی همچون: استقلال، سود مطلوب و رضایت درونی فردی همراه است [۲۹؛ ۴۴]. کارآفرین فردی است که فرصت‌های کسب‌وکار را تشخیص می‌دهد یا آن را ایجاد می‌کند و سپس از طریق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط آن‌ها را عملیاتی می‌کند و به کار می‌اندازد [۳۸]. با توجه به مطالب گفته‌شده، می‌توان مهم‌ترین خصوصیات و عناصر شکل‌دهنده یک فعالیت کارآفرینی را در شش عامل، نوآوری و خلاقیت، ایجاد ارزش افزوده، بهره‌گیری از فرصت‌ها، عمل‌گرایی، بهره‌گیری از منابع و قدرت خطرپذیری به‌منزله هسته اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه خلاصه کرد. بنابراین، یک کارآفرین شخصی است که با شناسایی فرصت‌ها به اتخاذ تصمیم‌های مخاطره‌آمیز و خطری اقدام می‌کند تا به نوآوری و ابداع منجر شود و منابع را جهت تولید محصول نهایی، که با ایجاد و افزایش ارزش افزوده همراه است، به کار می‌گیرد و سازماندهی می‌کند [۲۰؛ ۲۸].



شکل ۱. مهم‌ترین عناصر تشکیل‌دهنده یک فعالیت کارآفرینی، منبع [۲۰]

تغییر رویکرد در کارآفرینی از تمرکز روی مردان به مشارکت و به‌کارگیری زنان نیز در عرصه برنامه‌ریزی‌های توسعه از دهه ۱۹۷۰، یعنی زمانی که رویکردهای اجتماعی به‌عنوان رویکردهای جدید توسعه و نشانه چرخش اساسی از رشد اقتصادی و قطبی‌گرایی به توسعه اجتماعی و عدالت و برابری ظهور کردند، آغاز شد [۴؛ ۵؛ ۷؛ ۴۵].

علاوه بر تغییر ساختارهای اقتصاد سنتی، ارزش‌ها و ساختارهای اجتماعی نیز به‌ویژه از جنگ جهانی دوم به بعد، که زنان در کشورهای غربی به منظور کسب استقلال مالی و خوداتکایی به بازارهای کار هجوم بردند، تغییر یافته و زنان را به حضور فعال و دوری از انزوایگزینی تشویق کرد. امروزه، زنان کارآفرین در همه‌جا در حال گسترش و افزایش هستند. زنان دیگر در محیط بسته نمانده و شیوه‌های اقتصاد سنتی که انزوا را برای آن‌ها به همراه آورده بود تغییر داده‌اند. زنان کارآفرین به‌عنوان زنان یا گروهی از زنان تعریف می‌شوند که فرایند شروع، سازماندهی و مدیریت یک سرمایه‌گذاری یا راه‌اندازی کسب‌وکار تجاری جدید را برعهده می‌گیرند [۳۴]. بر این اساس، یک کارآفرین زن روستایی را می‌توان به‌عنوان یک فرد تعریف کرد که نتواند با نقشی که ساختاری سنتی در جامعه به او داده است مطابقت داشته باشد و راهی برای برون‌رفت از این وضعیت با نوآوری و خلاقیت بیابد [۳۹]. در یک دسته‌بندی مورد توافق، عواملی که موجب می‌شوند افراد به سمت کارآفرینی سوق یابند به مجموعه عوامل کششی و فشاری تقسیم می‌شوند که در شکل ۲ نشان داده شده‌اند. عوامل فشاری وابسته به عوامل بیرونی است که موجب اجبار به کارآفرین شدن می‌شوند و عوامل کششی نیز که وابسته به ویژگی‌های ذهنی، درونی و سوق‌دهنده فرد از روی میل و اراده جهت بهره‌برداری از فرصت‌هاست [۲۸؛ ۲۹؛ ۳۶؛ ۴۲؛ ۴۳].



شکل ۲. عوامل مؤثر و سوق‌دهنده به فعالیت‌های کارآفرینی، منبع [۲۹]

با توجه به سهولت اشتغال به دلیل عدم نیاز به سرمایه و تخصص زیاد و نیز منطبق بودن ماهیت مشاغل گردشگری با توانایی‌های زنان در انجام دادن مشاغل سنتی (تولید محصولات کشاورزی و دامی بومی منطقه، صنایع دستی و غذاهای محلی و...) شرکت زنان روستایی در فعالیت‌های گردشگری می‌تواند منافع زیادی را برای آن‌ها در راستای بهبود سطح کیفیت زندگی‌شان با توانمندسازی و ایجاد برابری جنسیتی ایجاد کند [۱۱؛ ۲۴؛ ۳۱]. زنان روستایی ترجیح می‌دهند در فعالیت‌هایی شرکت کنند که به جای بروکراسی‌های اداری و رسمی بودن، وابسته به روستا، خانواده و مزرعه باشد و آن‌ها نیز فرصت مناسبی برای رسیدگی به امور منزل و فرزندانشان داشته باشند؛ تا بدین ترتیب، زن روستایی هم‌زمان بتواند نقش‌های مادری، همسری و خانه‌داری، درآمدزایی و کشاورزی را ایفا کند [۳۶]. این ویژگی‌های عمده کسب‌وکارهای کوچک خانوادگی و فردی حاصل از کارآفرینی در عرصه گردشگری مناطق روستایی است [۲۵؛ ۲۷] که نوآوری و تنوع را به‌عنوان عامل اصلی پایداری بازار گردشگری روستایی ایجاد می‌کند و بدین ترتیب، توانایی رقابت بازار گردشگری روستا را با بازارهای رقیب افزایش می‌دهد [۳۷]. در این زمینه، امروزه از کارآفرینی اجتماعی گردشگری سخن به میان می‌آید و به‌عنوان استراتژی توسعه گردشگری در مقاصد روستایی مد نظر است. کارآفرینی اجتماعی گردشگری^۱ به معنای تغییر رویکردهای مدیریت سنتی توسعه گردشگری و مرسوم، به قرار دادن گروه‌های محلی و حاشیه‌ای همچون زنان در کانون توسعه محصول و زنجیره توزیع گردشگری است. این در حالی است که فعالیت‌های کارآفرینی و زنان کارآفرین برای شکوفایی به محیطی کارآمد نیاز دارند [۲۲]. مطابق با رویکرد جامعه‌شناختی، کارآفرین حاصل و آفریننده محیط اطرافش است، بنابراین باید در روستاها شرایط محیطی مؤثر، یعنی شرایط اقتصادی، اجتماعی، محیطی، کالبدی، سیاسی و... زمینه‌های توسعه کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان را فراهم آورد [۲۳]. از سویی دیگر و مطابق با رویکرد روان‌شناختی، برای به ثمر نشستن پیامدهای مثبت کارآفرینی، افراد باید ویژگی‌های فردی و شخصیتی ویژه‌ای داشته باشند. این عوامل فردی یا شخصیتی ساختارهایی برای تشریح ویژگی‌های رفتاری افراد مختلف هستند و به تشریح این موضوع کمک می‌کنند که چرا افراد مختلف به موقعیتی مشابه و یکسان واکنش‌های متفاوت نشان می‌دهند [۱۷؛ ۲۶]. بنابراین، می‌توان گفت که کارآفرین هم متولد و هم ساخته می‌شود. هر فردی یک‌سری ویژگی‌های شخصیتی و روانی دارد که برخی از آن‌ها به صورت ارثی و با تأثیرپذیری از خانواده به وی منتقل می‌شوند و همچنین هر فردی تحت تأثیر شرایط محیط پیرامون، خصوصیات و ویژگی‌هایی را کسب می‌کند که می‌تواند مانع یا محرک کارآفرین شدن آن‌ها شود [۴۰]. تولس^۲ (۲۰۰۹) سطح پایین تحصیلات زنان و فقدان

سرمایه و محدودیت‌های فرهنگی و مذهبی را مهم‌ترین موانع شرکت زنان آسیایی در فعالیت‌های کارآفرینانه می‌داند و بیان می‌کند که به همین دلایل و ضعف‌هاست که بیشتر کارآفرینان زن در این منطقه از روی اتفاق یا اجبار به عرصه کارآفرینی وارد شده‌اند [۴۴]. سازمان بین‌المللی کار موانع کارآفرینی زنان را به این صورت دسته‌بندی می‌کند: الف) موانع رفتاری: زنان اعتماد به نفس کمتر و تصور منفی از خود دارند. ب) موانع ایفای نقش: تعارض بین وظایف مختلف با محدودیت‌های زمانی، ج) موانع اجتماعی و فرهنگی: دید منفی به زنان در کار، د) موانع تحصیلی: زنان سطح تحصیلات پایین‌تری نسبت به مردان دارند و اغلب دسترسی محدود به فرصت‌های آموزشی شغلی دارند. ه) موانع شغلی: زنان فرصت‌های کمتری در بخش رسمی اقتصاد برای پیشرفت مهارت‌های خود دارند، و: موانع زیربنایی: دسترسی به اعتبار، فناوری، خدمات حمایتی، زمین و اطلاعات به طور اصولی برای زنان مشکل‌تر است، ز) موانع قانونی: فعالیت‌های قانونی مستقل برای زنان محدود است [۱۰؛ ۳۴]. آراستی (۱۳۸۵) بیان می‌کند که عوامل فرهنگی-اجتماعی نقش بسیار مهمی در اشتغال زنان ایفا می‌کنند. از جمله این عوامل، می‌توان به هنجارها و باورهای سنتی جامعه، که عمدتاً به صورت مانع در برابر اشتغال زنان ظاهر می‌شوند، اشاره کرد. نگرش جامعه به اشتغال زنان، باورهای سنتی مبتنی بر خانه‌داری به‌عنوان نخستین و مهم‌ترین وظیفه زنان، تقسیم کار سنتی و نوعی مرزبندی میان کار زنان و مردان، تعدد مسئولیت‌ها و نقش زنان در خانه و محیط کار، که باعث ایجاد تنش و به نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌شود، تبعیض جنسیتی، عدم دسترسی آسان به منابع مالی، کمبود اطلاعات، قوانین دست‌وپاگیر و... از موانع فرهنگی و اجتماعی مهم در برابر فعالیت‌های اقتصادی زنان هستند [۱]. سواری، شعبانعلی و شریف‌زاده (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان موانع اشتغال‌زایی زنان روستایی در صنایع دستی شهرستان دیواندره، مهم‌ترین موانع گسترش صنایع دستی از دیدگاه زنان روستایی شهرستان دیواندره را بی‌توجهی و حمایت‌های دولتی از بخش صنایع دستی معرفی می‌کنند. علاوه بر این، تحلیل عاملی موانع توسعه صنایع دستی در میان زنان روستایی منطقه به استخراج پنج عامل با عنوان موانع اقتصادی، زیرساختی، اجتماعی- فرهنگی، آموزشی و روان‌شناختی منجر شده است [۸]. شاطریان، نصرآبادی و منصوریان (۱۳۹۶) در پژوهش دیگری به این نتیجه می‌رسند که موانع محیطی-جغرافیایی، دسترسی به امکانات، موانع دانشی-مهارتی و موانع حقوقی، به ترتیب مهم‌ترین موانعی هستند که وضعیت عدم کارآفرینی زنان روستایی شهرستان کاشان را پیش‌بینی می‌کنند [۹]. مکرر و سارانی (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان «بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی» نشان می‌دهند که در کشور، فرهنگ غیررسمی مانع‌ها تنها امکان رشد کسب‌وکار را برای زنان ایرانی فراهم نمی‌کند، بلکه مانع جدی برای آنان محسوب می‌شود [۱۴]. حسینی‌نیا، فرانی و سیدین (۱۳۹۳) در پژوهش دیگری با عنوان

«سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب‌وکارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میانه» به این نتیجه می‌رسند که بین متغیرهایی نظیر انگیزه‌ها، داشتن مهارت برنامه‌ریزی، مهارت‌های مختلف کسب‌وکار و درنهایت برخورداری زنان از برخی نقاط قوت در کسب‌وکار با عملکرد آنها در کسب‌وکارها ارتباط معناداری وجود دارد و این متغیرها می‌توانند عملکرد کسب‌وکارهای کارآفرینان زنان روستایی را تبیین کنند [۶].

سینگ^۱ (۲۰۱۲) در مقاله خود با عنوان «مسائل کارآفرینی زنان، چالش‌ها» با بیان این نکته که بیش از ۵۶ درصد از زنان هند بیکارند، زمینه‌های اشتغال زنان را در هند جهت ایجاد کارآفرینی و رفع معضل ذکرشده برمی‌شمارد که یکی از مهم‌ترین آنها کارآفرینی در عرصه گردشگری است که درنهایت نیز یافته‌های پژوهش کمبود مواد اولیه، مشکلات مالی، عدم تحرک و فعالیت، رقابت دشوار و نابرابر با مردان و شرکت‌های بزرگ، حمایت‌نشدن از سوی خانواده و جامعه، جامعه مردسالار، فقدان آموزش کارآفرینی و نداشتن قابلیت خطر و خطرپذیری را مهم‌ترین موانع مؤثر بر گسترش کارآفرینی در میان زنان هندی معرفی می‌کند [۴۱]. در این ارتباط، در مقاله‌ای دیگر، که شرما و همکاران^۲ (۲۰۱۳) با عنوان «کارآفرینی زنان در هند» انجام داده‌اند، علاوه بر موانع ذکرشده، هزینه‌های زیاد تولید، عدم مهارت‌های مطلوب عملی کارآفرینان، توانایی محدود و ناکافی در مدیریت کسب‌وکار و فقدان اعتمادبه‌نفس به‌منزله موانع مهم تحقق کارآفرینی در میان زنان هندی شناخته می‌شوند [۳۹].

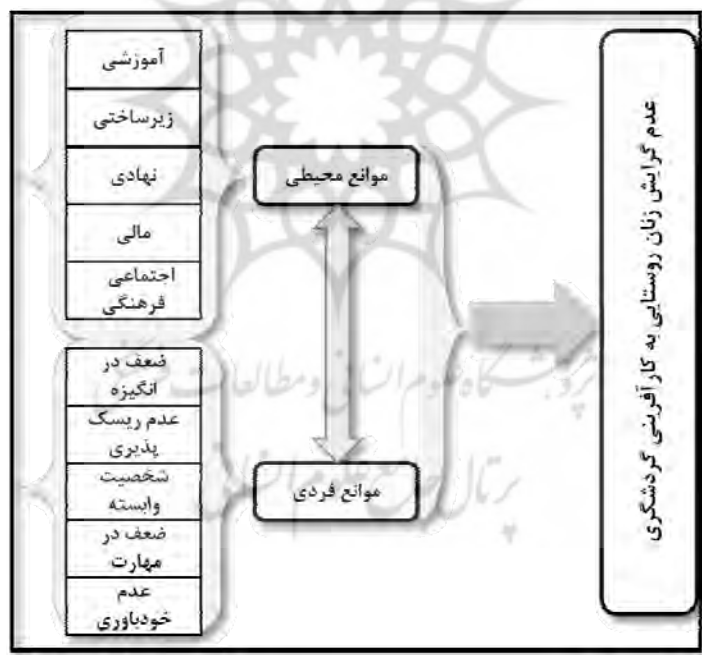
فلاته^۳ (۲۰۱۲) در پایان‌نامه خود با عنوان «کارآفرینی زنان در عربستان» به دنبال شناسایی مهم‌ترین موانع فعالیت زنان عربستانی در فعالیتهای کارآفرینی و ارائه استراتژی‌هایی در جهت بهبود وضعیت نامطلوب موجود است، که درنهایت؛ موانع فرهنگی و اجتماعی که زنان را قشر فرودست و وابسته به مردان می‌داند و وظیفه اصلی آنها را خانه‌داری می‌داند و موجب نابرابری جنسیتی شده است و موانع قانونی و سیاست‌گذاری‌های دولتی که با عدم حمایت مالی و قانونی و به رسمیت نشناختن نقش‌های اقتصادی زنان در قانون همراه شده است، موانعی معرفی می‌کند که بیشترین تأثیر را در عدم کارآفرین شدن زنان عربستانی دارد [۲۱].

ندلچویا^۴ (۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان «زنان کارآفرین در دانمارک» مطالعه‌ای روی زنان دانمارکی و غیردانمارکی کارآفرین در این کشور جهت شناسایی انگیزه‌ها و دلایل روی آوردن به کسب‌وکار انجام می‌دهد. بخشی از یافته‌های مرتبط حاصل از مصاحبه‌ها نشان می‌دهند که زنانی که در محیطی مطلوب هستند، یعنی شرایط اقتصادی و اجتماعی و سیاسی برای آنها مهیا باشد و بتواند با شبکه‌سازی، دسترسی به شبکه‌های کارآفرینان محلی داشته باشند،

1. Singh
2. Sharma et all
3. Fallatah
4. Nedelcheva

موفق‌ترند و این عامل برتری زنان دانمارکی به زنان کارآفرین مهاجر در دانمارک بود. زنانی که تمایل و خطرپذیری مناسبی دارند و حداقل یک بار کسب‌وکاری راه انداخته‌اند، توانایی و تمایل زیادی به پایداری کسب‌وکار و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید خواهند داشت. زنان مصاحبه‌شده به اهمیت شبکه‌سازی و ارتباطات واقف بوده و همه آن‌ها دارای سطح سرمایه‌های اجتماعی مطلوبی بودند که مبنای شبکه‌سازی و افزایش ارتباطات است. حمایت‌های اجتماعی، به‌ویژه از ناحیه خانواده‌ها و شوهران و سپس مشاوران و جامعه، جهت بقا و راه‌اندازی کسب‌وکارهای زنان حیاتی است که در مورد زنان مطالعه‌شده به وقوع پیوسته است و درنهایت، بقای کسب‌وکارهای زنان کارآفرین در این مطالعه به ایجاد تعادل در کار و زندگی‌شان و داشتن هدف در کسب‌وکار و زندگی وابسته بوده است [۳۲].

درنهایت، با توجه به مطالب آورده‌شده و نتایج پژوهش‌های پیشین، مطابق با مدل مفهومی ارائه‌شده در شکل ۳، موانع مختلفی در دو عرصه عمده و کلی موانع فردی و محیطی که بر یکدیگر نیز اثرگذار و دارای ارتباط متقابلی هستند، بر گرایش زنان به فعالیت‌های کارآفرینانه در عرصه گردشگری روستایی منطقه مؤثرند.



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و از حیث روش با روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. جهت گردآوری اطلاعات در بخش نظری از روش اسنادی و در بخش میدانی از روش پیمایش مبتنی بر مصاحبه و توزیع پرسش‌نامه بهره گرفته شده است. با توجه به این امر که در منطقه مطالعه شده عموماً زنان میزان آگاهی و تحصیلات پایینی دارند، به منظور تحلیل دقیق‌تر جامعه آماری گسترده‌تر شده و به علاوه زنان شاغل در عرصه گردشگری روستاهای بخش، آگاهان محلی، مسئولان و تعدادی از متخصصان عرصه توسعه و آگاه به شرایط منطقه نیز به جامعه آماری اضافه شدند. در ابتدا در گروه زنان روستایی به منظور تعیین افراد نمونه با در نظرگیری محدودیت‌هایی که در منطقه وجود دارند، همچون: سطح پایین تحصیلات زنان، موانع اجتماعی و فرهنگی در پاسخ‌گویی و مشارکت زنان در یک فعالیت پژوهشی یا عدم ارائه پاسخ‌های صحیح از سوی زنان و از همه مهم‌تر اینکه هسته اصلی مطالعه حاضر، تحلیل مشکلات و موانع کارآفرینی در عرصه گردشگری برای زنان این منطقه است، باید افرادی از زنان مورد پرسش واقع شوند که یا در فعالیت‌های گردشگری مشغول به فعالیت بوده یا اینکه در فعالیت‌های اقتصادی دیگری در سطح روستاها فعالیت می‌کردند. با توجه به دلایل مطرح شده از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند استفاده شد و درنهایت با توجه به ویژگی‌های اصلی پژوهش، جهت پاسخ‌گویی یعنی زنان فعال بودن در عرصه گردشگری یا در فعالیت‌های اقتصادی در سطح روستاها ۹۷ زن شناسایی شدند و با روش تمام‌شماری در میان همه آن‌ها پرسش‌نامه‌ها توزیع شد. همان‌طور که تعداد این زنان در روستاها نشان می‌دهد (جدول ۱)، آن‌ها در روستاهای هدف گردشگری منطقه تمرکز یافته‌اند، زیرا در منطقه به دلیل ضعف اقتصادی شدید و محدودیت‌های توپوگرافی که وجود دارد، گردشگری تنها عرصه فعالیت برای زنان است که آن‌ها بتوانند با توجه به تحصیلات و سرمایه اندک و محدودیت‌های اقتصادی و اجتماعی در آن فعالیت داشته باشند.

جدول ۱. توزیع پرسش‌نامه‌ها در میان زنان روستایی نمونه به روش تمام‌شماری

نام روستاها	تعداد پرسش‌نامه‌ها (زنان فعال در عرصه اقتصادی)
دزلی	۱۷
درکه	۳۵
اورامان	۲۴
بلبر	۱۴
سلین	۷
مجموع	۹۷

در گروه آگاهان محلی، متخصصان و مسئولان عرصه توسعه روستایی در منطقه نیز با توجه به ویژگی‌های مد نظر در پژوهش، یعنی بهره‌گیری از افرادی با رشته‌های تخصصی و سابقه علمی و اجتماعی مطلوب و با توجه به حد قابل قبول تعداد در پژوهش‌های علمی توصیفی، در نهایت تعداد ۵۰ نفر به روش هدفمند شناسایی و پرسش‌نامه‌ها در میان آنان توزیع شد (جدول ۲).

جدول ۲. تعداد نمونه‌های پژوهش در گروه آگاهان و متخصصان

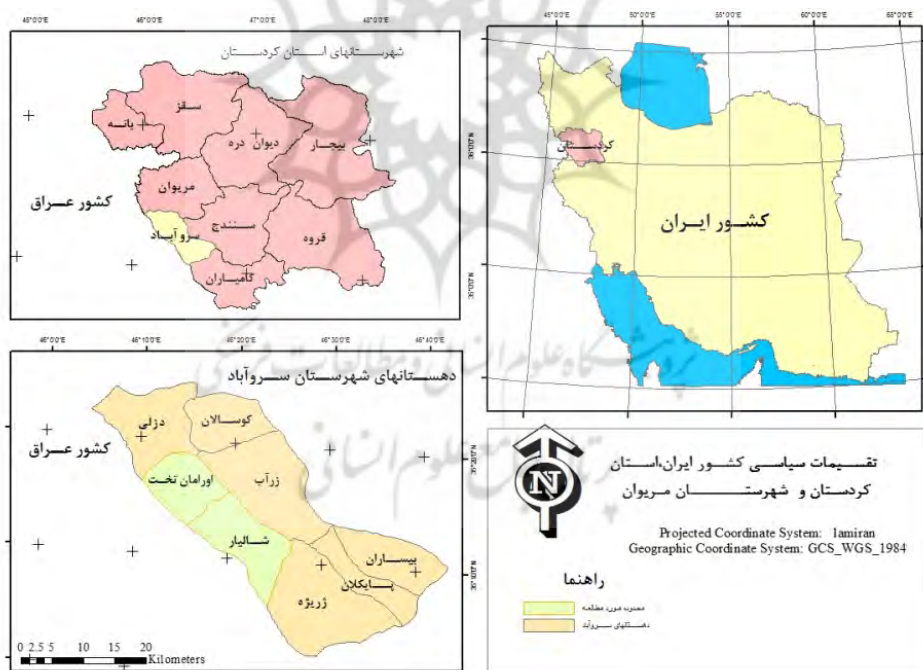
ویژگی‌های پاسخگویان در گروه آگاهان و متخصصان	تعداد پرسش‌نامه‌های توزیعی (نفر)
آگاهان محلی (شوراها و دهیاری‌ها، صاحبان عرصه کسب‌وکار گردشگری در منطقه، معتمدان و افراد تحصیل کرده روستاها)	۱۸
کارکنان ادارات دولتی مرتبط (بخشداری، فرمانداری شهرستان، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، منابع طبیعی)	۱۲
متخصصان عرصه توسعه منطقه (رشته‌های جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، جامعه‌شناسی توسعه روستایی، مدیریت و مدیریت کارآفرینی)	۲۰

جهت تعیین روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه، پس از تهیه آن، کنترل اولیه‌ای در مورد سؤالات پرسش‌نامه از سوی استادان و متخصصان دانشگاهی صورت گرفت و سؤالات بی‌مفهوم و بی‌ربط حذف شد. در ادامه نیز، با انجام دادن پیش‌آزمون و توزیع ۳۰ پرسش‌نامه در میان روستاییان و سپس بررسی آن‌ها بار دیگر سؤالاتی که جهت‌دار، نامفهوم، بدون پاسخ یا با پاسخ کم روستاییان همراه بود حذف و تصحیح شدند. همچنین، جهت تعیین پایایی پرسش‌نامه‌ها نیز مقدار ضریب آلفای کرونباخ مد نظر قرار گرفت که محاسبه آن، مقدار قابل قبول ۰/۷۸ را نشان داد تا بدین ترتیب اظهار کرد که پرسش‌نامه‌ها دارای پایایی لازم بوده و پاسخ‌ها همگرایی و همبستگی درونی دارند. شایان ذکر است پرسش‌نامه‌ها ۴۲ متغیر در قالب ۴۲ گویه داشتند. با گردآوری داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها، تجزیه و تحلیل آن‌ها با استفاده از آزمون تحلیل عاملی از نوع اکتشافی مبتنی بر روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی^۱ و چرخش واریمکس^۲ به منظور خلاصه‌سازی و تعیین موانع اصلی ایجاد محیط مطلوب کارآفرینی گردشگری زنان در منطقه مورد مطالعه، تعیین روایی سازه و برای تعیین این مطلب که محتوای پرسش‌نامه از چه عواملی اشباع شده است، بهره گرفته شد. همچنین، از آزمون تحلیل مسیر نیز به منظور ترسیم روابط اثرگذاری و اثرپذیری موانع شناسایی شده در گرایش زنان روستایی به کارآفرینی در عرصه گردشگری منطقه بهره گرفته شد. شایان ذکر است موانعی که به‌عنوان متغیرهای مستقل می‌توانستند بر وضعیت گرایش زنان روستایی منطقه به کارآفرینی در عرصه گردشگری مؤثر باشند با توجه به شرایط محلی و موانع شناسایی شده در پژوهش‌های پیشین تدوین و در قالب پرسش‌نامه‌ای در طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (۱. کاملاً مخالفم، ۲. مخالفم، ۳. تاحدی موافقم، ۴. موافقم، ۵. کاملاً موافقم) میزان موافقت جامعه آماری پژوهش با آن‌ها سنجیده شد.

1. extraction method principal component analysis
2. varimax rotation

معرفی منطقه مطالعه شده

سروآباد یکی از شهرستان‌های استان کردستان در غرب ایران است که از سمت غرب به کشور عراق، از سمت شمال به شهرستان مریوان، از شرق به شهرستان سنندج و از جنوب به شهرستان کامیاران منتهی می‌شود. مرکز این شهرستان شهر سروآباد است. بیش از ۹۰ درصد جمعیت تقریباً ۵۰ هزار نفری این شهرستان در ۸ دهستان روستایی منطقه قرار گرفته‌اند. این منطقه به دلیل سابقه تمدنی و کهن، وجود رسومات و مراسم‌های بومی، طبیعت بکر و منحصربه‌فرد کوهستانی، معماری ویژه روستاها و جاذبه‌های دیگر اجتماعی، طبیعی و فرهنگی، پذیرای تعداد زیادی از گردشگران است و به‌عنوان یکی از مناطق مشهور گردشگری روستایی کشور شناخته می‌شود. به دلیل اینکه یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری اورامان غذاهای محلی، صنایع دستی و محصولات باغی است، زنان روستایی نقشی پررنگ در اقتصاد گردشگری روستاهایشان دارند. معنای واژه اورامان یا هورامان از دو بخش «هورا» و «مان» به معنای خانه، جایگاه و سرزمین تشکیل شده است. پس اورامان یعنی سرزمین اهورایی و جایگاه اهورامزدا (فرمانداری شهرستان سروآباد، ۱۳۹۷).



شکل ۴. نمایش موقعیت روستاهای مطالعه شده

تعیین عوامل مؤثر بر عدم گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه در میان زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه اورامان

۰,۷۷ ۸,۳۵ ۰,۰۰۰

متغیرهای بارگذاری شده در هر عامل که بیشتر از یک هستند، یک عامل را شکل می‌دهند. نتیجه حاصله، تقلیل ۴۲ متغیر در نظر گرفته شده به ۳۴ متغیر در قالب ۵ عامل بود که در مجموع ۶۶,۳۵ درصد از واریانس را تبیین می‌کند. این رغم بیانگر رضایت‌بخش بودن تحلیل عاملی و متغیرهای بررسی شده، جهت تلفیق در عوامل است. مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی در جدول ۴ آورده شده است. همچنین، مبنای بار عاملی برای متغیرها جهت تجمع معنادار در عامل‌ها ۰,۴ قرار داده شد.

جدول ۴. عامل‌بندی متغیرهای مطالعه شده

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	۱۰,۰۶	۲۱,۴۱	۲۱,۴۱
۲	۶,۲۴	۱۳,۲۹	۳۴,۷۰
۳	۶,۱۰	۱۲,۹۸	۴۷,۶۹
۴	۵,۱۵	۱۰,۱۹۷	۵۸,۶۶
۵	۳,۶۱	۷,۶۸	۶۶,۳۵

عامل اول

این عامل با مقدار ویژه برابر ۱۰,۰۶ و تبیین ۲۱,۴۱ درصد واریانس‌ها ۱۴ شاخص را در خود جای داده است. با توجه به شاخص‌های تجمع یافته، که بیشتر آن‌ها به عملکرد نهادهای دولتی و مسئول توسعه روستایی منطقه و نیز موانع مالی پیش‌روی راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپای

گردشگری از سوی زنان روستایی منطقه اشاره دارد، می‌توان این عامل را ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی نامید. تجمع این دو شاخص در کنار یکدیگر بیانگر ارتباط معنادار آن‌هاست، زیرا با توجه به در انزوا بودن محیط روستایی مطالعه‌شده از لحاظ جغرافیایی و تخصیص نامناسب خدمات و امکانات و در نتیجه ضعف بنیان‌های اقتصادی و عدم اطمینان سرمایه‌داران در سرمایه‌گذاری توسعه اقتصادی منطقه با تأکید بر فعالیت‌های گردشگری، فقر اقتصادی، به‌ویژه در میان زنان روستایی که محدودیت‌های اجتماعی نیز آن‌ها را از استقلال مالی دور کرده است، نمود واضحی دارد و قدر مسلم در این وضعیت، نهادهای دولتی مسئول توسعه روستایی منطقه به‌عنوان متولیان اصلی توسعه هستند که باید با فراهم‌آوری و تأمین منابع مالی، زمینه‌ساز رفع محدودیت‌های مالی در راستای توسعه فعالیت‌های نوپای زنان در عرصه گردشگری منطقه شوند. در میان شاخص‌های تجمع‌یافته به ترتیب کمبود سرمایه شخصی با بار عاملی ۰/۹۲۳، عدم دسترسی به سرمایه و سرمایه‌گذاران خصوصی با بار عاملی ۰/۹۱۵، نبود یک متولی خاص و فعال در زمینه حمایت از کارآفرینی زنان در عرصه گردشگری روستاها با بار عاملی ۰/۹۰۹، بیشترین بارهای عاملی و همبستگی با عامل تشکیل را داشته‌اند. این امر از یک‌سو بیانگر ضعف شدید در سرمایه‌های مالی زنان روستایی منطقه است و از سوی دیگر، بر فقدان نهاد و متولی مشخص برای ساماندهی و برنامه‌ریزی فعالیت‌های گردشگری منطقه اشاره دارد. همچنین، تجمع شاخص عدم هماهنگی بین ادارات و ارگان‌های مختلف توسعه روستایی منطقه در راستای توسعه گردشگری با بارعاملی ۰/۸۵۷ نشان‌دهنده معضل همیشگی مدیریت توسعه روستایی کشور، یعنی تعدد مدیران توسعه‌ای و تقسیم مسئولیت توسعه روستایی در میان نهادهای مختلفی است که با کمترین هماهنگی درونی به صورت موازی‌کاری یا متضاد یکدیگر به اجرای برنامه‌های توسعه می‌پردازند. این امر بیانگر اهمیت بین‌سازمانی بودن و وابستگی متقابل عملکرد نهادهای متخلف توسعه‌ای روستاها در قالبی یکپارچه و هدفمند در شکل‌گیری محیط مناسب کارآفرینی به‌عنوان فعالیتی چندبخشی برای زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه است که فقدان این وضعیت را می‌توان در منطقه مطالعه‌شده در دیگر شاخص تجمع‌یافته، یعنی نبود برنامه‌ای جامع و متمرکز در راستای پایداری گردشگری روستایی منطقه با تمرکز بر کارآفرینی زنان با بارعاملی ۰/۸۲۹، مشاهده کرد. همچنین، می‌توان پیامد به رسمیت نشناختن نقش‌های چندگانه زنان در برنامه‌ریزی‌ها و تخصیص اعتبارات با بارعاملی ۰/۸۹۷ را، که بیانگر ضعف قانون‌گذاری و برنامه‌ریزی‌هاست، در عدم اطمینان بانک‌ها و سرمایه‌گذاران خصوصی به کارآفرینان زن روستایی دانست که با بارعاملی ۰/۷۸۷ در این عامل تجمع یافته است. یکی دیگر از شاخص‌هایی که در این عامل با بارعاملی بالایی با مقدار برابر ۰/۸۴۸ تجمع یافته است شاخص وابستگی زنان روستایی به مردان در انجام‌دادن امور روزمره است که یکی از جنبه‌های مهم این

وابستگی از لحاظ مالی است و بدین ترتیب پیامد این امر، کاهش استقلال در تصمیم‌گیری، قدرت خوداتریشی، کارآیی و کاهش قدرت خطر زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید نوپا در عرصه گردشگری روستاهایشان خواهد بود.

جدول ۵. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل اول

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	پایین بودن فعالیت دهیاری‌ها و شوراهای با همکاری مسئولان دینی روستاها در جهت ایجاد زمینه‌های مشارکت زنان در فعالیت اقتصادی گردشگری روستایی	۰٫۷۵۴
۲	نبود متولی خاص و فعال در زمینه حمایت از کارآفرینی زنان در عرصه گردشگری روستاها	۰٫۹۰۹
۳	ناآشنا بودن مسئولان توسعه روستایی با مفهوم کارآفرینی و نقش زنان در توسعه آن در عرصه گردشگری	۰٫۷۷۶
۴	ناهماهنگی بین ادارات و ارگان‌های مختلف توسعه روستایی منطقه در راستای توسعه گردشگری	۰٫۸۵۷
۵	نبود برنامه‌ای جامع در راستای پایداری گردشگری روستایی منطقه با تمرکز بر کارآفرینی زنان	۰٫۸۲۹
۶	به رسمیت نشناختن نقش‌های چندگانه زنان در برنامه‌ریزی‌ها و تخصیص اعتبارات	۰٫۸۹۷
۷	عدم اطمینان بانک‌ها و سرمایه‌گذاران خصوصی به کارآفرینان زن روستایی	۰٫۷۸۷
۸	نامنی‌های اجتماعی برای زنان شاغل در محیط‌های منزوی روستایی	۰٫۸۸۳
۹	وابستگی زنان روستایی به مردان در انجام دادن امور روزمره	۰٫۸۴۸
۱۰	دسترسی نداشتن زنان به نیروی کار آموزش‌دیده و شایسته	۰٫۶۶۸
۱۱	نداشتن وثیقه یا ضامن برای دریافت وام‌های دولتی	۰٫۸۶۱
۱۲	دسترسی نداشتن به سرمایه و سرمایه‌گذاران خصوصی	۰٫۹۱۵
۱۳	بهره بالای وام‌های بانکی	۰٫۷۸۸
۱۴	کمبود سرمایه شخصی	۰٫۹۲۳

عامل دوم

این عامل با مقدار ویژه برابر ۶/۲۴ و تبیین ۱۳/۲۹ درصد واریانس‌ها ۱۰ شاخص را در خود جای داده است. با توجه به شاخص‌های تجمع‌یافته، که مرتبط با ضعف‌ها و نارسایی‌هایی در بعد عرضه گردشگری منطقه به‌ویژه تبلیغات و بازاریابی و نیز زیرساخت‌های اولیه و زیربنایی توسعه گردشگری است، می‌توان این عامل را ضعف در بازاریابی و نارسایی‌های خدماتی-زیرساختی بعد عرضه گردشگری منطقه نام نهاد. مطابق با دید سیستمی، گردشگری صحنه‌ای است با بازیگران متعدد، متشکل از دو زیرسیستم عمده عرضه و تقاضا که پویایی و عملکرد موفقیت‌آمیز این سیستم در گروه عملکرد سازمند خرده‌سیستم‌های این دو زیرسیستم عمده است. بر این مبنای، چون در منطقه مطالعه‌شده بعد عرضه گردشگری منطقه با نارسایی و

ضعف‌هایی در زمینه‌های حمل‌ونقل، تأمین پایدار انرژی (بار عاملی ۰/۸۷۷)، امکانات خدماتی، رفاهی و اقامتی (بار عاملی برابر ۰/۵۹۵) و... روبه‌رو است، قدر مسلم بعد تقاضا، که مرتبط با جذب گردشگران است، نیز با ضعف و رکود روبه‌رو خواهد شد و قدر مسلم در این حالت تصور ایجاد محیط مطلوب کارآفرینی، به‌ویژه از حیث انگیزشی، برای زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه متصور نخواهد بود. در این ارتباط، می‌توان به تجمع شاخص فصلی‌بودن گردشگری منطقه با بار عاملی برابر ۰/۹۰۴، که مانعی عمده در جهت ایجاد محیطی پویاست که لازمه جذب زنان و در مرحله بعد کارآفرین‌شدن آن‌ها در عرصه گردشگری منطقه است، اشاره کرد. این در حالی است که منطقه توانمندی‌های بسیاری به منظور توسعه گردشگری در همه ماه‌های سال دارد که قدر مسلم فقدان امکانات و بسترسازی‌های لازم، به‌ویژه تبلیغات، موجب فصلی‌بودن گردشگری در منطقه شده است.

شاخصی که با بارعاملی ۰/۹۲۸ بیشترین همبستگی با این عامل را دارد، شاخص ضعف تبلیغات و اطلاع‌رسانی اندک در خصوص جاذبه‌های گردشگری این روستاها با تأکید بر جاذبه‌هایی است که زنان در آن فعالانه حضور دارند. با توجه به پتانسیل‌های گردشگری روستاهای منطقه، که زنان به‌ویژه در عرصه‌های صنایع دستی، غذایی و تولیدات باغی می‌توانند نقش پررنگی ایفا کنند، با تأکید بر این جاذبه‌ها (تبلیغات و بازاریابی) که به دلیل ادغام با فرهنگ بومی سنتی چندده‌ساله و طبیعت بکر منطقه اصل بکریودن را نیز شامل می‌شود، می‌توان گردشگران بیشتری جذب کرد و منافع اقتصادی و اجتماعی بیشتری را به زنان روستایی رساند که نتیجه مهم این وضعیت پویا، ارتقای مهارت‌های عملی زنان، بهبود وضعیت مالی و تأمین سرمایه و ایجاد فرصت‌های بیشتر به منظور نقش‌آفرینی زنان به‌عنوان یک کارآفرین در عرصه گردشگری روستایی منطقه است.

جدول ۶. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل دوم

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	تبلیغات و اطلاع‌رسانی اندک در خصوص جاذبه‌های گردشگری این روستاها با تأکید بر جاذبه‌هایی که زنان در آن فعالانه حضور دارند	۰/۹۲۸
۲	دشواری رقابت با مردان و صاحبان خدمات با سابقه شهری در عرصه گردشگری روستاها	۰/۸۱۴
۳	تخریب محیط طبیعی و چشم‌انداز طبیعی منطقه به‌عنوان مهم‌ترین جاذبه روستاها	۰/۸۸۲
۴	کمبود تأسیسات و امکانات مختص توسعه گردشگری در روستاها	۰/۵۹۵
۵	فقدان دسترسی به فضاهای مناسب جهت راه‌اندازی کسب‌وکار	۰/۸۴۰
۶	ضعف در زیرساخت‌های عمومی (حمل‌ونقل، انرژی و...)	۰/۸۷۷
۷	ناآشنایی با مهارت‌های جذب مشتری	۰/۵۵۰
۸	ناآشنایی زنان در مورد چگونگی ورود به بازار	۰/۴۲۰
۹	تمایل نداشتن به دریافت وام	۰/۵۰۹
۱۰	گردشگری فصلی روستاها	۰/۹۰۴

عامل سوم

این عامل با مقدار ویژه برابر ۶/۱۰ و تبیین ۱۲/۹۸ درصد واریانس‌ها ۹ شاخص را در خود جای داده است. با توجه به شاخص‌های تجمع‌یافته، که بر وضع موجود اجتماعی و فرهنگی مردم محلی و در واقع عوامل بیرونی مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی در عرصه گردشگری تأکید دارد، می‌توان این عامل را موانع اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی نام نهاد. محیط اجتماعی روستایی منطقه در قدمتی طولانی و با توجه به انزوای جغرافیایی (قرارگرفتن در منطقه صعب‌العبور با توپوگرافی خشن و دور از مرکز) به صورتی عرفی، دارای ارزش‌ها و هنجارهای خاصی شده که شاخص‌های تجمع‌یافته به‌عنوان نموده‌های این هنجارها و ارزش‌ها، به صورت مانع در مقابل توسعه کارآفرینی و فعالیت اقتصادی زنان روستایی منطقه عمل می‌کنند. در این بین، شاخصی که بیشترین بارعاملی و همبستگی با این مانع شناسایی شده را دارد، شاخص کثرت وظایف زنان در خانوارهای روستایی با بارعاملی ۰/۹۳۷ است که با توجه به تجمع شاخص دیگر، یعنی وجود هنجارهای محلی مبتنی بر عدم پذیرش زنان در بازار کار با بارعاملی ۰/۸۵۲، می‌توان گفت که در منطقه فرهنگ سنتی و بازدارنده تقسیم کار سنتی میان مردان و زنان حاکمیت دارد. در همین ارتباط، شاخص عدم حمایت خانواده‌ها از زنان و دختران کارآفرین با بارعاملی برابر ۰/۷۶۱ در این مانع تجمع یافته است که نمودی دیگر از فرهنگ و اجتماع بسته منطقه جهت حمایت از فعالیت اقتصادی و در مرحله بعد کارآفرینی زنان روستایی در عرصه گردشگری است. این در حالی است که در اجتماعات پیشرو در عرصه کارآفرینی، خانواده به‌منزله اولین و مؤثرترین نهاد در مراحل اولیه راه‌اندازی کسب‌وکار جدید حامی فرد کارآفرین‌اند و فقدان این وضعیت در محیط روستایی مطالعه‌شده شدت موانع فرهنگی و اجتماعی فعالیت اقتصادی و کارآفرینانه زنان روستایی را نشان می‌دهد.

شاخص دیگری که با بارعاملی بالایی (۰/۹۰۴) در این عامل تجمع یافته، نبود سازمان‌های غیردولتی حمایت‌کننده کارآفرینی زنان است. نهادهای مردم‌نهاد حلقه مفقوده فرایند توسعه روستایی محسوب شده است؛ به گونه‌ای که وجود و فعالیت اثربخش آن‌ها مورد تأکید همه رویکردهای جدید توسعه روستایی است. همچنین، فقدان فرهنگ تعاون و تعاونی‌های تولیدی زنان در سطح روستاها با بارعاملی ۰/۵۵۶ نیز نمود دیگری از موانع اجتماعی و فرهنگی و نشان‌دهنده ضعف شبکه‌سازی و سرمایه اجتماعی مردم محلی است که قدر مسلم وجود آن برهم‌زننده هنجارهای سنتی بازدارنده موجود و زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های فعالیت موفق زنان روستایی منطقه در فعالیت‌های گردشگری و ایجاد نوآوری در وضع موجود است.

یکی از شاخص‌هایی که در این عامل با بارعاملی ۰/۷۹۵ تجمع یافته است و مانعی عمده در جهت ایجاد فضای مطلوب اجتماعی برای فعالیت‌های نوآورانه زنان روستایی است نرخ بالای فقر در میان روستاییان، به‌ویژه زنان، است. باید دانست که فقر اقتصادی، فقر فرهنگی و

اجتماعی را نیز به همراه می‌آورد و در این وضعیت که در منطقه مطالعه شده به وضوح مشاهده می‌شود، قدر مسلم حتی فعالیت‌های گردشگری نیز نمی‌تواند به صورت مطلوب و پایدار ادامه یابد تا اینکه بتوان انتظار داشت زنان در آن حضور فعال داشته باشند و به ایجاد نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه اقدام کنند.

جدول ۷. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل سوم

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	فقدان فرهنگ تعاون و تعاونی‌های تولیدی زنان در سطح روستاها	۰,۵۵۶
۲	نبود سازمان‌های غیردولتی حمایت‌کننده کارآفرینی زنان	۰,۹۰۴
۳	ضعف بیمه‌ای در زمینه کارآفرینی گردشگری زنان روستایی	۰,۹۴۳
۴	هنجارهای محلی مبتنی بر عدم پذیرش زنان در بازار کار	۰,۸۵۲
۵	حمایت نکردن خانواده‌ها از زنان و دختران کارآفرین	۰,۷۶۱
۶	نرخ بالای فقر در میان روستاییان به ویژه زنان	۰,۷۹۵
۷	کثرت وظایف زنان در خانوارهای روستایی	۰,۹۳۷
۸	افزایش هزینه‌های روزمره تولید	۰,۸۴۷
۹	عدم آینده‌نگری زنان روستایی	۰,۵۱۹

عامل چهارم

این عامل با مقدار ویژه برابر ۵/۱۵ و تبیین ۱۰/۹۷ درصد واریانس‌ها ۹ شاخص را در خود جای داده است. با توجه به شاخص‌های تجمع‌یافته، که بیشتر بر ضعف ویژگی‌های شخصیتی، انگیزشی و آموزشی زنان روستایی تأکید دارند، می‌توان این عامل را ضعف‌های فردی و محدودیت‌های آموزشی نام نهاد. تجمع شاخص‌های این دو مؤلفه در یک عامل نشان‌دهنده نقش انکارناپذیر آموزش در بهبود ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی زنان روستایی در راستای ایجاد نوآوری و کارآفرین شدن در عرصه گردشگری روستاهای منطقه دارد. رویکرد روان‌شناختی به منزله یکی از رویکردهایی که به مطالعه ویژگی‌های روانی در کارآفرینان می‌پردازد، بودن ویژگی‌هایی چون خطرپذیری، استقلال‌طلبی، فرصت‌طلبی، اعتمادبه‌نفس را، که در مطالعه حاضر فقدان و وضعیت نامناسب آن‌ها به ترتیب با بارهای عملی ۰/۸۸۳، ۰/۸۷۹، ۰/۵۹۲، ۰/۸۵۹ محاسبه شده است، لازمه کارآفرین شدن فعالان اقتصادی می‌داند. بنابراین، می‌توان گفت که زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستاهای بررسی شده از حیث داشتن ویژگی خوداثربخشی ادارک شده، که گام اول در زمینه انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینی است و به مقدار اعتماد و اطمینانی که زنان به خود و توانایی‌هایشان و نیز قدرت اتخاذ تصمیمات آزادانه و پایبندی به آن‌ها اشاره دارد، در سطح نازلی هستند. هرچند در دیدگاهی ویژگی‌های روانی مورد نیاز کارآفرینان را انتسابی می‌دانند، عقیده غالب قابل اکتسابی بودن این

ویژگی‌هاست و در این زمینه نیز بر آموزش به‌عنوان راهکاری کارآ تأکید می‌شود. با توجه به شاخص‌های تجمع‌یافته می‌توان پی برد که ضعف آموزش‌هایی نه‌تنها در زمینه عمومی یعنی کسب تحصیلات و باسوادی زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری وجود دارد (بار عاملی ۰/۷۶۶)، بلکه در زمینه تخصصی و آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی گردشگری نیز اقدامی در منطقه صورت نگرفته است (بارعاملی ۰/۷۶۷) که پیامدهای این امر مطلوب‌نبودن ویژگی‌های روان‌شناختی اشاره‌شده به‌ویژه در زمینه شناخت فرصت‌های کارآفرینانه برای زنان روستایی است (بار عاملی ۰/۵۹۲) که به دلیل ضعف‌های متعدد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در محیط فعالیت آن‌ها در روستاها، فراگیری آن نیازمند آموزش‌های مستمر و فراگیر در میان زنان است.

جدول ۸. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل چهارم

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	ضعف و کمبود آموزش‌های رسمی و غیررسمی در زمینه ترویج کارآفرینی روستایی	۰/۷۶۷
۲	دسترسی‌نداشتن به مشاوران و متخصصان کارآموده در عرصه کارآفرینی گردشگری	۰/۶۱۰
۳	دخالت همسران (مردان) در امور مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی زنان	۰/۶۷۵
۴	اعتمادبه‌نفس اندک و پنداشت نامطلوب زنان از توانایی‌هایشان	۰/۸۵۹
۵	ناتوانی در شناسایی فرصت‌های عرصه گردشگری	۰/۵۹۲
۶	سطح نازل تحصیلات و سواد در میان زنان	۰/۷۶۶
۷	ضعف روحیه خطرپذیری	۰/۸۸۳
۸	نداشتن روحیه استقلال‌طلبی	۰/۸۷۹
۹	وجود واسطه و دلالان	۰/۵۱۵

عامل پنجم

این عامل با مقدار ویژه برابر ۵/۱۵ و تبیین ۱۰/۹۷ درصد واریانس‌ها ۴ شاخص را در خود جای داده است. با توجه به شاخص‌های تجمع‌یافته می‌توان این عامل را موانع فنی و عملی نامید. شاخصی که بیشترین بار عاملی به مقدار ۰/۷۹۶ را دارند، شاخص عدم ایجاد شبکه‌سازی و ارتباطات میان کارآفرینان و فعالان زنان روستایی در عرصه گردشگری روستاهای است. امروزه، شبکه‌سازی به‌منزله راهکاری جهت غلبه بر موانع و محدودیت‌های اقتصادی و اجتماعی تلقی می‌شود، زیرا از یک‌سو به تبادل اطلاعات و ایده‌ها بین کارآفرین منجر شده که نتیجه آن کشف فرصت‌های جدید است و از سوی دیگر نیز به افزایش و به‌روزرسانی مهارت‌های فعالان منجر می‌شود که نتیجه آن افزایش مهارت‌ها و آگاهی از امکانات و ابزارآلات جدید تولیدی است که در نواحی روستایی مطالعه‌شده فقدان و محدودیت‌های مرتبط با آن‌ها با بارهای عاملی ۰/۶۷۰ و ۰/۵۵۴ محاسبه شده است. در نواحی روستایی مطالعه‌شده، موانع مالی و نبود آموزش و حمایت‌های دولتی موجب شده از ابزارآلات جدید در جهت تولید و ارائه خدمات گردشگری

بهره گرفته نشود و از شیوه‌های سنتی برای تولید استفاده شود که در حجم تولید انبوه، موجب کاهش کمیت و کیفیت محصول گردشگری شده است و ادامه این امر، قدر مسلم موجب کاهش جذب گردشگر و رکود فعالیت‌های گردشگری و به تبع آن فرصت‌های ایجاد نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی می‌شود.

جدول ۹. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل پنجم

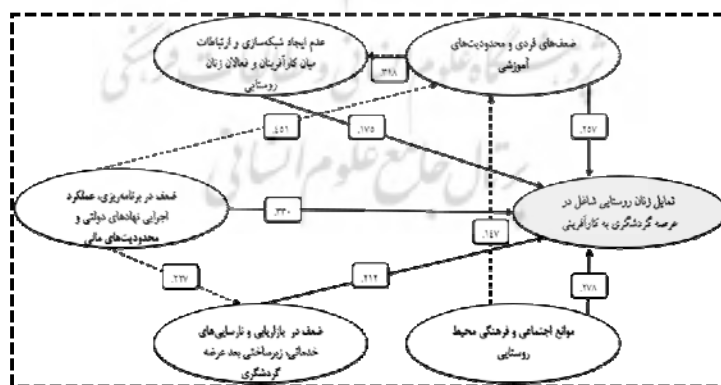
ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	ایجادکردن شبکه‌سازی و ارتباطات میان کارآفرینان و فعالان زنان روستایی در عرصه گردشگری روستاهای	۰,۷۹۶
۲	ناآگاهی و استفاده نکردن از فناوری‌ها و ابزارآلات جدید در جهت تولید خدمات و محصولات گردشگری	۰,۵۵۴
۳	مهارت ناکافی زنان روستایی در کارهای عملی	۰,۶۷۰
۴	پایین بودن آستانه تحمل در برابر مشکلات	۰,۷۳۹

در ادامه به منظور مشخص کردن مانعی که بیشترین تأثیر را در رقم خوردن چنین وضعیت نامطلوبی در کارآفرینی گردشگری زنان روستایی منطقه اورامان داشته است، از آزمون تحلیل مسیر بهره گرفته شد. نوع تحلیل رگرسیون به کار گرفته شده جهت تحلیل مسیر در این پژوهش سلسله‌مراتبی است و این بدین معناست که محققان با بهره‌گیری از دیدگاه متخصصان و آگاهان عرصه توسعه روستایی منطقه ارتباط متغیرهای مستقل و وابسته را مورد سنجش قرار داده‌اند. متغیر مستقل عاملی است که به منزله موانع توسعه کارآفرینی گردشگری زنان روستایی منطقه اورامان در آزمون تحلیل عاملی شناسایی شده‌اند و متغیر وابسته نیز در قالب ۵ شاخص و ۱۸ گویه (میزان تمایل به پذیرش خطرهای کارآفرینانه، تمایل به شرکت در دوره‌های آموزشی، میزان رضایت از اشتغال در فعالیت‌های گردشگری و تمایل به پیشرفت در این حوزه، میزان توانایی در تحمل مشکلات و سختی‌های اولیه، تمایل به تغییر وضعیت نامطلوب موجود اجتماعی روستا در ارتباط با کسب و کار زنان از طریق اقدام به فعالیت‌های کارآفرینی در گردشگری) در طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت در ارتباط با تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه به فعالیت‌های کارآفرینانه پرسیده شد و پس از تلفیق و تغییر مقیاس به مقیاس فاصله‌ای، تأثیرات متغیرهای مستقل بر آن مورد آزمون قرار گرفت. شایان ذکر است، جهت انجام دادن این آزمون فقط پاسخ‌های زنان روستایی مطالعه شده لحاظ شدند. پس از مشخص کردن تأثیرات مستقیم (تأثیر موانع شناسایی شده بر میزات تمایل به کارآفرینی گردشگری زنان)، تأثیرات غیرمستقیم نیز حاصل از ارتباطات درونی موانع شناسایی شده محاسبه شد (با جایگزینی متغیرهای مستقل و وابسته) و در نهایت با جمع کردن تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، بار کلی و اثر نهایی هر مانع بر وضع موجود تمایل به کارآفرینی زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستاهای منطقه مشخص شد. همچنین، مسیرها و

ارتباطاتی مورد تأیید و پذیرش قرار گرفتند که مقدار معناداری آن‌ها کمتر از ۰/۰۵ محاسبه شده باشد. مقدار ضریب تبیین به دست آمده در مرحله اول انجام آزمون (وارد کردن همه موانع شناسایی شده)، برابر ۰/۵۸۱ است و این بدین معناست که متغیرهای مستقل اولیه (موانع شناسایی شده) قابلیت تبیین ۵۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته پژوهش (تمایل زنان به کارآفرینی گردشگری) را دارند. همان‌طور که نتایج آزمون در شکل ۵ و جدول ۱۰ نشان داده شده است، همه موانع شناسایی شده تأثیرات مستقیم بر وضع موجود تمایل به کارآفرینی زنان روستایی مطالعه شده دارند که در این بین عامل ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی با بیشترین تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و بارکلی برابر ۰/۵۱۲ به منزله مهم‌ترین مانع در جهت تمایل زنان روستایی منطقه مطالعه شده به کارآفرینی شناسایی شد.

جدول ۱۰. تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و کلی هر یک از موانع بر تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری به کارآفرینی

موانع	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	بار کلی
ضعف‌های فردی و محدودیت‌های آموزشی	۰/۲۵۷	۰/۰۵۵	۰/۳۱۲
ایجاد نکردن شبکه‌سازی و ارتباطات میان کارآفرینان و فعالان زنان روستایی	۰/۱۷۵	---	۰/۱۷۵
ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی	۰/۳۳۰	۰/۱۸۹	۰/۵۱۹
ضعف در بازاریابی و نارسایی‌های خدماتی، زیرساختی بعد عرضه گردشگری	۰/۲۱۲	---	۰/۲۱۲
موانع اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی	۰/۲۷۸	۰/۱۱۸	۰/۳۹۶



شکل ۵. نحوه اثرگذاری موانع مؤثر بر تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری به فعالیت‌های کارآفرینانه

نتیجه گیری

به منظور شناسایی مهم‌ترین موانع مؤثر بر گرایش زنان در منطقه روستایی اورامان شهرستان سروآباد به کارآفرینی در عرصه گردشگری، سؤال‌هایی در پژوهش مطرح شد که با توجه به یافته‌ها، پاسخ‌های آن‌ها به شرح ذیل است:

سؤال اول: مهم‌ترین موانع مؤثر در ضعف گرایش زنان به کارآفرینی در عرصه گردشگری روستایی منطقه مطالعه‌شده کدام‌اند؟ جهت پاسخ‌گویی به این سؤال از آزمون تحلیل عاملی در جهت خلاصه‌سازی متغیرها در عوامل اصلی بهره گرفته شد. نتیجه حاصله، تشکیل ۵ عامل یا مانع اصلی بود. این عوامل عبارت بودند از: ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های منابع مالی؛ ضعف در بازاریابی و نارسایی‌های خدماتی-زیرساختی؛ موانع اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی؛ ضعف‌های فردی و محدودیت‌های آموزشی و موانع فنی و عملی. در ابتدا با بررسی عوامل تشکیل‌شده می‌توان دریافت که سیستم گردشگری منطقه مطابق با نتایج پژوهش شاطریان، نصرآبادی و منصوریان (۱۳۹۶)، در بعد عرضه با نارسایی‌های زیادی روبه‌روست (نارسایی‌های خدماتی، زیرساختی و ضعف در بازاریابی) که قدر مسلم این ضعف در بعد عرضه گردشگری منطقه موجب ضعف در بعد تقاضا که مرتبط با جذب گردشگران است می‌شود.

همچنین، همانند یافته‌های پژوهش‌های شرما و همکاران (۲۰۱۳) و سینگ (۲۰۱۲) و حسینی‌نیا، فرانی و سیدین (۱۳۹۳)، عواملی بیرونی هم همانند: ضعف‌های فردی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی و موانع اجتماعی و فرهنگی که می‌توانند در محیط مبدأ به بهبود وضعیت بعد عرضه گردشگری منطقه و توسعه مطلوب گردشگری روستایی کمک کنند، که گام اول در جذب گردشگران به فعالیت‌های گردشگری است، با ضعف و نارسایی روبه‌رو هستند. بر این اساس، می‌توان دریافت که چنانچه به دنبال کارآفرینی در عرصه گردشگری روستایی منطقه به‌واسطه حضور زنان هستیم، باید در ابتدا موانع اولیه و زیرساختی و سپس موانع بیرونی مؤثر، که روان‌کننده عملکرد بعد عرضه گردشگری هستند، برطرف شود تا بدین ترتیب با توجه به ارتباط متقابل و مستقیم عرضه و تقاضا با بهبود بعد عرضه، بعد تقاضا نیز بهبود یابد و گردشگری در منطقه روستایی مطالعه‌شده گسترده شود تا برآیند این امر لمس تأثیرات اقتصادی توسعه گردشگری از سوی زنان و جامعه روستایی باشد؛ که این امر محرکی بی‌بدیل در جهت ایجاد محیطی مطلوب، برای جذب و کارآفرینی زنان روستایی در گردشگری منطقه خواهد بود. طبق نتایج تحلیل عاملی و با توجه به مقدار تبیین واریانس‌ها از سوی عامل‌ها و نیز تعداد شاخص‌های تجمع یافته در عامل‌ها می‌توان پی برد که این عامل ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های منابع مالی است که با مقدار ویژه برابر ۱۰/۰۶ و تبیین ۲۱/۴۱ درصد واریانس‌ها ۱۴ شاخص را در خود جای داده و مهم‌ترین مانع در جهت توسعه کارآفرینی گردشگری زنان روستایی در منطقه است.

سؤال دوم: کدامیک از موانع شناسایی شده بیشترین تأثیر را در تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری به کارآفرینی دارد؟ برای پاسخ‌گویی به این سؤال از آزمون تحلیل مسیر بهره گرفته شد که نتایج به‌دست آمده، مطابق با نتایج پژوهش سواری، شعبانعلی و شریف‌زاده (۱۳۹۶)، نشان داد عامل ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی، بیشترین تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و بارکلی را در تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری روستایی منطقه مطالعه شده بر کارآفرینی دارد. در این ارتباط، می‌توان بیان کرد که نهادهای دولتی در مناطق روستایی به‌ویژه مناطق روستایی در انزوای مرزی همانند منطقه مطالعه شده این پژوهش، متولیان اصلی توسعه روستایی و ایجاد فضای مناسب در جهت توسعه فعالیت‌های اقتصادی همچون گردشگری هستند و قدر مسلم عملکرد نامطلوب آن‌ها می‌تواند به صورت کاملاً محسوس و مستقیم وضعیت و محیط روستایی را جهت اثربخشی فعالیت‌های توسعه‌ای با چالش مواجه کند و در نتیجه فعالیت‌های اقتصادی، همچون فعالیت‌های نوپای کارآفرینی در عرصه گردشگری منطقه، با شکست روبه‌رو شوند.

با توجه به نتایج حاصله، راهکارهای زیر در جهت بهبود وضعیت محیطی و فردی مؤثر بر گرایش زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه به فعالیت‌های کارآفرینانه پیشنهاد می‌شود:

موانع ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی

- با توجه به بین‌نهادی بودن هر دو فعالیت گردشگری و کارآفرینی، ایجاد نهاد و کمیته‌ای واحد، مرکب و متشکل از کلیه نهادها و فعالان عرصه توسعه روستایی منطقه و جهت‌گیری فعالیت‌های آن‌ها در جهت توسعه کارآفرینی و گردشگری با تأکید بر قشر زنان فعال در گردشگری منطقه ضروری است؛

- تهیه و تصویب طرح جامع گردشگری منطقه با تأکید و برجسته‌سازی فعالیت‌های کارآفرینانه و هدایت گردشگری در قالب این طرح و برنامه؛

- حرکت مدیران محلی روستایی یعنی شوراهای دهیاری‌های روستاها در راستای مطلوب‌نمودن محیط‌های روستایی، جهت کارآفرینی زنان شاغل در عرصه گردشگری روستاهایشان؛

- تأمین سرمایه‌های مالی جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپای زنان از طریق اختصاص وام‌هایی با بهره کم و بلندمدت با تسهیل شرایط دریافت و بازپرداخت آن‌ها، راه‌اندازی تعاونی‌های تولیدی و فعال در عرصه گردشگری روستایی منطقه از طریق جمع‌آوری پس‌اندازهای خرد خانوارها و زنان فعال در عرصه گردشگری روستاها، ایجاد محیطی امن برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی جهت حمایت از ایده‌های زنان روستایی، تسهیل شرایط رقابت کسب‌وکارهای زنان با مردان و به رسمیت شناختن نقش اقتصادی زنان در عرصه‌های قانونی و اعطای تسهیلات.

مانع ضعف در بازاریابی و نارسایی‌های خدماتی

- گسترش فعالیت‌های بازاریابی و جذب تقاضا به توجه به پتانسیل‌های موجود از طریق بهره‌گیری مؤثر از ابزار اینترنت به منظور معرفی منطقه و با تأکید بر جاذبه‌هایی همانند صنایع دستی، غذایی و تولیدات باغی که زنان در آن فعال‌اند. در این زمینه، می‌توان علاوه بر ایجاد وب‌ها به برگزاری تورهای مجازی نیز اقدام کرد؛
- تدارک تورهایی با هزینه کمتر نسبت به مناطق اطراف؛
- افزایش تبلیغات با بهره‌گیری از انواع ابزار تبلیغاتی و در زمان و محل مناسب از طریق استفاده از وسایل ارتباط جمعی به منظور معرفی جاذبه‌های توریستی، تهیه بروشورها و نقشه‌های راهنمای گردشگری، تهیه ماکت‌ها یا ایجاد غرفه‌هایی در ترمینال‌های مناطق اطراف از توانمندی‌های مختلف منطقه و دادن هدایایی ساده به گردشگران که یادآور سفر آن‌ها به منطقه باشد؛
- ایجاد تأسیسات اقامتی و رفاهی جدید با جاذبه بصری مناسب (هتل، رستوران و مهمانسرا، شهربازی، پارک‌های تفریحی، سوپرمارکت و مراکز سوغات)؛
- ایجاد بازارهای روزانه و هفتگی جهت فروش محصولات تولیدی زنان روستایی؛
- ارائه آموزش‌های لازم به زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه جهت شیوه‌های فروش محصولات تولیدی و جذب مشتری؛
- ایجاد محل‌ها و فضاهای مناسب برای فعالیت‌های تولیدی زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه.

موانع اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی

- آموزش در راستای فرهنگ‌سازی به خانوارهای روستایی در ارتباط با تقسیم وظایف خانه در میان اعضای خانواده در خانوارهایی که زنان آن‌ها در عرصه فعالیت‌های گردشگری مشغول به فعالیت‌اند؛
- بهره‌گیری و حمایت از انجمن‌های مردم نهاد منطقه در راستای حرکت آن‌ها به حمایت از کارآفرینی در میان زنان روستایی؛
- ارائه آموزش‌های لازم به مردان در محیط‌های روستایی منطقه به منظور اعتماد به زنان در فعالیت‌های اقتصادی و حفظ استقلال مالی و تصمیم‌گیری آن‌ها در جریان فعالیت‌هایشان.

مانع ضعف‌های فردی و محدودیت‌های آموزشی

- بهره‌گیری از اداره فنی و حرفه‌ای به منظور آموزش مستمر زنان در جهت بهبود مهارت‌های فنی به‌ویژه در ساخت صنایع دستی به‌منزله یکی از جاذبه‌های مهم روستاهای منطقه؛
- ارائه آموزش‌های لازم به زنان شاغل در عرصه گردشگری روستاها در ارتباط با چگونه بهره‌گیری از فضای مجازی به منظور معرفی محلات تولیدی و فروش و جذب مشتری برای آن‌ها؛

- بهره‌گیری از زنان دارای تجربه کاری، عملی و سواد مناسب در جهت آموزش سایر زنان شاغل در عرصه گردشگری منطقه در جهت راه‌اندازی و تداوم کسب‌وکار مرتبط با گردشگری؛

- دعوت از زنان کارآفرین و موفق کشور به منظور آموزش و ارائه تجربیات به زنان روستایی منطقه؛

- ارائه خدمات مشاوره‌ای و روان‌شناختی مخصوص به زنان روستایی منطقه در جهت ارتقای اعتماد به نفس و قدرت تصمیم‌گیری و انتخاب مؤثر آن‌ها.

در نهایت، پیشنهاد پژوهش برای پژوهش‌های آتی نیز این مطلب است که با توجه به اهمیت ویژگی‌ها و مشخصه‌های فردی، همچون: سطح سواد، سن، تعداد زنان شاغل در عرصه کسب‌وکار روستاها و خانواده روستاییان، فاصله از شهر، وضعیت مالی و...، تأثیرات این مشخصه‌های فردی نیز در ضعف گرایش و فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی مورد توجه و بررسی قرار گیرد.

منابع

- [۱] آراستی، زهرا (۱۳۸۵). «ساختارهای فرهنگی- اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه»، پژوهش زنان، س ۴، ش ۱ و ۲، ص ۹۳-۱۱۹.
- [۲] امینی، عباس؛ طاهری، حسین (۱۳۹۵). «تحلیلی بر نقش‌پذیری زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصادی و عوامل مؤثر بر آن: مورد مطالعه مناطق روستایی بخش سیمکان در شهرستان جهرم»، فصل‌نامه علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، س ۱۲، ش ۲، ص ۳۷-۴۸.
- [۳] بشیراحسن، مسلم؛ قربانی‌نژاد، ریباز (۱۳۹۶). «نقش زنان کارآفرین در توسعه اقتصادی روستایی (مطالعه موردی: دهستان خرم‌رود در شهرستان تویسرکان)»، فصل‌نامه جغرافیایی سرزمین، س ۱۴، ش ۵۳، ص ۹۳-۱۰۵.
- [۴] پاپلی یزدی، محمدحسین؛ ابراهیمی، محمدمامیر (۱۳۸۷). نظریه‌های توسعه روستایی با تأکید بر ایران، تهران: سمت.
- [۵] جمعه‌پور، محمود (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی: دیدگاه‌ها و روش‌ها، تهران: سمت.
- [۶] حسینی‌نیا، غلامحسین؛ یعقوبی فرانی، احمد؛ سیدین، سید رضا (۱۳۹۳). «سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب‌وکارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میانه»، فصل‌نامه زن در توسعه و سیاست، س ۱۲، ش ۴، ص ۵۴۵-۵۵۸.
- [۷] رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران، تهران: قومس.

- [۸] سواری، مسلم؛ شعبانعلی فمی، حسین؛ شریف‌زاده، محمدشریف (۱۳۹۶). «موانع توسعه اشتغال زنان روستایی در صنایع دستی شهرستان دیواندره»، فصل‌نامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، س ۶، ش ۳، ص ۱۷-۳۶.
- [۹] شاطریان، محسن؛ نصرآبادی، زهرا؛ منصوریان، فاطمه (۱۳۹۶). «تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان کاشان»، فصل‌نامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، س ۶، ش ۳، ص ۱۸۱-۱۹۶.
- [۱۰] شریفی، امید؛ عادل، محسن (۱۳۸۹). «تحلیل عاملی موانع موجود در زمینه کارآفرینی زنان کشاورز از دیدگاه زنان نمونه کشاورز منطقه جیرفت و کهنوج»، فصل‌نامه تحقیقات زنان، س ۵، ش ۱، ص ۱۱۲-۱۲۵.
- [۱۱] غنیان، منصور؛ فتوتی، هستی (۱۳۹۲). «گردشگری راهکاری جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی»، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی کار و جامعه، س ۱، ش ۱۵۹، ص ۲۹-۳۹.
- [۱۲] کریمی، سعید (۱۳۹۴). «کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه روستایی»، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، س ۱، ش ۴، ص ۹۶-۱۰۴.
- [۱۳] گلرد، پروانه (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان»، فصل‌نامه پژوهش زنان، س ۳، ش ۱، ص ۱۰۱-۱۲۳.
- [۱۴] مکرری، حیدر؛ سارانی، افسانه (۱۳۹۴). «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی»، همایش ملی عمران و معماری با رویکرد توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فومن.
- [۱۵] ممیز، آیت‌الله؛ قاسمی، عاطفه (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان»، فصل‌نامه رشد فناری، س ۹، ش ۳۵، ص ۱۵-۲۲.
- [۱۶] منوچهری، سوارن (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش فعالیت‌های گردشگری جهت تحقق توسعه پایدار روستایی، مطالعه موردی: بخش خاوومیرآباد شهرستان مریوان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی به راهنمایی دکتر حسین فراهانی، دانشگاه زنجان.
- [۱۷] موحدی، رضا؛ گلی، فائزه؛ محمدی، مریم (۱۳۹۵). «توسعه آموزش عالی کشاورزی با تأکید بر کارآفرینی پایدار»، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، س ۳، ش ۱، ص ۵۵-۷۷.
- [۱۸] یعقوبی فرانی، احمد؛ سلیمانی، عطیه؛ موحدی، رضا (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی»، فصل‌نامه روان‌شناختی زنان، س ۱۲، ش ۴، ص ۷-۴۲.
- [19] Ball, S. (2005). *The Importance of Entrepreneurship to Hospitality, Leisure, Sport and Tourism*, Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network, 2 _____15.at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.542.3486&rep=rep1&type=pdf>.

- [20] Fillion, L.J. (2011). *Defining the entrepreneur Complexity and Multi – Dimensional Systems Some Reflections*, World Encyclopedia of Entrepreneurship. Cheltenham, England: Edward Elgar.
- [21] Fallatah, H. (2012). *Women Entrepreneurs in Saudi Arabia: Investigating strategies used by successful Saudi women entrepreneurs*, A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements for the Degree of Master of Business Management at Lincoln University.
- [22] Gnyawali, D.R and Fogel, D.S. (1994). “Environments for entrepreneurship development: Key dimensions, and research implications”, *Journal Entrepreneurship Theory and Practice (SAGE Journals)*, 18 (4): PP 43–62.
- [23] Heaton, J. (2005). “Developing entrepreneurs: an examination of systematic approaches to Entrepreneurial development for rural Areas”, *Rural Research Report*, 16 (1): PP 1 _11.
- [24] International Labour Organization. (2016). Sustainable Enterprise Programme Women’s Entrepreneurship Development, at: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/_/_/_ed_emp/_/_emp_ent/_/_ifp_seed/documents/publication/wcms_175471.pdf.
- [25] Jurdana, S and Dadić, L. (2015). “Entrepreneurship in tourism as a factor of rural development”, *journal of wei business and economics*.4 (2): PP 1-9.
- [26] kaburi, S. (2012). “Entrepreneurship challenges in developing economies: a case of kenyan economy”, *International journal of arts and commerce*, 4 (1): PP 27-264.
- [27] Lordkipanidze, M., Backman, M & Brezet, H. (2005). “The entrepreneurship factor in sustainable tourism development”, *Journal of Cleaner Production*, 13 (3): PP 787 _798.
- [28] Lordkipanidze, M. (2002). *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development*, The case of Söderslätt region, Sweden, The International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University, Sweden.
- [29] Mkubukeli, Z, Tengeh, R. (2016). “Prospects and Challenges for Small _ Scale Mining Entrepreneurs in South Africa”, *J Entrepren Organiz Manag* , 5 (4): PP 2 _10.
- [30] Mokaya, S. (2012). “The concept of entrepreneurship; in pursuit of a universally acceptable definition”, *International Journal of Arts and Commerce*, 6 (1): PP 125 _137.
- [31] Mrema, A. (2015). “Tourism and women empowerment in Monduli District, Arusha _Tanzania”, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4 (2): PP 1-13.

- [32] Nedelcheva, S. (2012). *Female Entrepreneurship in Denmark*. MSc Thesis. Denmark: International Business, Aarhus University, Business and Social Sciences.
- [33] Nemirschi, A. (2010). "Entrepreneurship and tourism development in rural areas: case of Romania", *Romanian Economic and Business Review*, 5 (1): PP 138_149.
- [34] Niethammer, N. (2013). *Women, Entrepreneurship and the Opportunity to Promote Development and Business Carmen*, The 2013 Brookings Blum Roundtable Policy Briefs Enterprising Solutions: The Role of the Private Sector in Eradicating Global Poverty. At: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/2013_BBR_Women_Entrepreneurship.pdf.
- [35] Omerzel, G. (2012). "The Impact of Entrepreneurial Characteristics and Organisational Culture on Innovativeness in Tourism Firms", *Managing Global Transitions*, 14 (1): PP 93-110.
- [36] Petridou, E and Glaveli, N. (2008). "Rural women entrepreneurship within co-operatives: training support", *Gender in Management: An International Journal*, 23 (4): PP 262-277.
- [37] Roberts, L., Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*, Oxfordshire, England :CABI (Centre for Agriculture and Bioscience International).
- [38] Roig, S., Ribeiro, D and Cuervo, A. (2011). *Introduction Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Berlin, : Springer.
- [39] Sharma, M., Chaudhary, V., Bala, R and Chauhan, R. (2013). "Rural Entrepreneurship in Developing Countries: Challenges, Problems and Performance Appraisal, Global", *Journal of Management and Business Studies*, 9 (3): PP 1035 _1040.
- [40] Sheikh, R. (2015). *Tourism entrepreneurship challenges and possibilities in small tourism businesses*, bachelor's thesis centra university of applied sciences Degree programme in Tourism, centeria University of applied science Finland.
- [41] Singh, R. (2012). "Women Entrepreneurship Issues, Challenges and Empowerment through Self Help Groups: An Overview of Himachal Pradesh", *International journal of democratic and development studies (ijdds)*, 1 (1): PP 45_58.
- [42] Sharif, N.M and Tuan, A. (2014). *Entrepreneurship as a catalyst for rural tourism development*, SHS Web of Conferences. DOI: 10.1051/shsconf/20141201087
- [43] Vinesh, M. (2014). "Role of Women Entrepreneurs in India", *Global Journal of Finance and Management*, 6 (5): PP 473_480.

- [44] Wube, M. (2010). Factors affecting the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises (the case of dessie town), A Thesis Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for Degree of Master of Arts in Technical and Vocational Education Management, faculty of education and behavioral sciences department of educational planning and management, Bahir Dar university.
- [45] Yadav, V and Unni ,J. (2016). "Women entrepreneurship: research review and future directions", *Journal of Global Entrepreneurship Research*,12 (6): PP 1-12.

