



Woman in Culture and Arts

The Role of Bakhtiari Women in the Development of Tourism and Local Economy, with an Emphasis on Social Entrepreneurship and Traditional Clothing Production in Sustainable Paradigm

Soheila Khosravi¹ | Roshanak Davari²

1. MA graduate, Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: soheilakhosravii@yahoo.com
2. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: davari@alzahra.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received: 29 December 2023 Received in revised form: 24 April 2024 Accepted: 30 May 2024 Published online: 1 October 2024</p> <p>Keywords: <i>Bakhtiari Women,</i> <i>Local Economy,</i> <i>Social Entrepreneurship,</i> <i>Sustainable Development,</i> <i>Tourism,</i> <i>Traditional Clothing.</i></p>	<p>One of the objectives of this field is to foster the empowerment of women and the development of local economies through a variety of methods, such as social entrepreneurship, within the framework of sustainable development.</p> <p>The aim of this study is to investigate and analyze the role of Bakhtiari women in the development of the local economy and tourism in Iran, with a particular focus on the significance of social entrepreneurship and the production of traditional Bakhtiari clothing as critical factors in this development.</p> <p>Qualitative and quantitative methodologies were implemented in this investigation. Questionnaires and field interviews with residents of Chaharmahal and Bakhtiari provinces, as well as library research, have been implemented to gather data. The statistical population consists of Bakhtiari women, with a sample size of 389 individuals, and data analysis was conducted using statistical methods and analytical models.</p> <p>The results of this study indicate that the Bakhtiari women have a significant impact on the tourism and local economy. Through social entrepreneurship, they address the creation of employment opportunities and the development of local economic activities. The primary occupation of the Bakhtiari people is the production of traditional apparel, which plays a unique role in the empowerment of women and the promotion of cultural and historical tourism in the designated regions. Based on the findings, the development of social entrepreneurship and the production of traditional apparel can contribute to the improved welfare of individuals in these communities and local areas. A suitable step toward attaining sustainable development goals can be taken by considering this matter and taking appropriate measures to support and develop these activities in local policy-making and planning.</p>
<p>Cite this article: Khosravi. S., & Davari. R. (2024). The role of Bakhtiari women in the development of tourism and local economy. with an emphasis on social entrepreneurship and traditional clothing production in sustainable paradigm. <i>Woman in Culture and Art</i>, 16(3), 377-398. DOI: http://doi.org/10.22059/jwica.2024.370343.2000</p>	
	<p>© The Author(s). DOI: http://doi.org/10.22059/jwica.2024.370343.2000</p>
<p>Publisher: The University of Tehran Press.</p>	



انتشارات دانشگاه تهران

زن در فرهنگ و هنر

نقش زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی با تأکید بر کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی در الگوواره پایدار

سهیلا خسروی^۱ | روشنک داوری^۲

۱. کارشناس ارشد گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. رایانامه: soheilakhosravii@yahoo.com

۲. نویسنده مسئول، استادیار گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. رایانامه: davari@alzahra.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۸</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۲/۰۵</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۰</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۱۰</p> <p>کلیدواژه‌ها:</p> <p>اقتصاد محلی، پوشاک سنتی، توسعه پایدار، زنان بختیاری، کارآفرینی اجتماعی، گردشگری.</p>	<p>رشد اقتصاد بومی و محلی و توانمندسازی زنان با بهره‌گیری از شیوه‌های گوناگون از جمله کارآفرینی اجتماعی در بستر توسعه پایدار، از اهدافی است که در این حوزه دنبال می‌شود. پژوهش حاضر، با هدف بررسی و تحلیل نقش زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی ایران با تأکید بر اهمیت نقش کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی بختیاری به‌عنوان عوامل کلیدی در این توسعه می‌پردازد. این تحقیق، از روش‌های کیفی و کمی بهره گرفته است. جمع‌آوری داده‌ها با پرسشنامه و مصاحبه‌های میدانی با مردم استان چهارمحال و بختیاری و مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده است. جامعه آماری، زنان بختیاری و نمونه مورد سنجش ۳۸۹ نفر هستند و تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های آماری و مدل‌های تحلیلی انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد زنان قوم بختیاری تأثیر بسزایی بر توسعه گردشگری و اقتصاد محلی دارند و با کارآفرینی اجتماعی، به ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه فعالیت‌های اقتصادی محلی می‌پردازند. تولید پوشاک سنتی بختیاری به‌عنوان یکی از مشاغل اصلی، نقش ویژه‌ای در ترویج و توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی مناطق مورد نظر و توانمندسازی زنان دارد. براساس یافته‌ها، توسعه کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی می‌تواند به افزایش رفاه افراد این اقوام و مناطق محلی کمک کند. در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های محلی، توجه به این نکته و اخذ تدابیر مناسب به‌منظور حمایت از این فعالیت‌ها و توسعه آن‌ها می‌تواند قدم مناسبی در مسیر تحقق اهداف توسعه پایدار باشد.</p>

استناد: خسروی، سهیلا، و داوری، روشنک (۱۴۰۳). نقش زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی با تأکید بر کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی در

الگوواره پایدار. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۶ (۳)، ۳۷۷-۳۹۸. DOI: <http://doi.org/10.22059/jwica.2024.370343.2000>

DOI: <http://doi.org/10.22059/jwica.2024.370343.2000>



© نویسندگان.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

توسعه گردشگری و اقتصاد محلی به عنوان یکی از مهم‌ترین چالش‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی در ایران و سراسر جهان مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا، نقش اقوام بومی و اجتماعات محلی در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق خود، موضوعی است که از اهمیت زیادی برخوردار است. در این زمینه، اقوام بختیاری به عنوان یکی از اقوام بومی ایران با تاریخ و فرهنگی دیرینه، نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی ایفا می‌کنند. این قوم دارای میراث فرهنگی و تاریخی غنی، به‌ویژه در زمینه پوشاک سنتی، هنرها و فرهنگ‌های مرتبط با زندگی روستایی و عشایری هستند. بختیاری‌ها با مقاومت در برابر فرهنگ‌های بیگانه، همیشه به فرهنگ قومی و رسم ایلیاتی خود پایبند بوده‌اند و این ویژگی موجب تأثیرگذاری قابل توجهی در هنر و محصولات هنری آنان شده و در زمینه زیبایی‌شناسی هنر قومی، نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کرده است (Ebrahimi, Naghani, 2019: 130). از دیدگاه توسعه پایدار، اموری همچون اشتغال و آموزش حائز اهمیت است و توجه به وضعیت اشتغال زنان و هدایت آنان به بازار کار می‌تواند فرصت‌های بهتری برای بهره‌گیری از ظرفیت بالقوه آنان فراهم کند. سرمایه‌گذاری در آموزش زنان و افزایش مهارت‌ها و آمادگی آن‌ها، به آنان در ورود به بازار کار کمک می‌کند (Momeni et al., 2014: 3). در این پژوهش، تمرکز بر اهمیت کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی بختیاری به منظور توسعه گردشگری و اقتصاد محلی قرار دارد.

کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رویکرد نوین در توسعه اقتصادی پایدار می‌تواند در ایجاد فرصت‌های شغلی، ترویج فعالیت‌های اقتصادی محلی، و افزایش سطح زندگی جوامع محلی اقوام بختیاری تأثیرگذار باشد. همچنین تولید پوشاک سنتی به عنوان یکی از عناصر بارز فرهنگی این قوم می‌تواند به ترویج و توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی در مناطق بومی کمک کند.

پژوهش حاضر تأثیرات مثبت و فرصت‌هایی را که زنان بختیاری به مناطق خود ارائه می‌دهند، مطالعه می‌کند. از این رو، هدف این پژوهش بررسی نقش زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی با تمرکز بر کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی است. با توجه به تاریخ و فرهنگ دیرینه اقوام بختیاری، این مطالعه به این سؤالات پاسخ می‌دهد: چگونه زنان بختیاری می‌توانند به توسعه گردشگری و اقتصاد محلی مناطق خود کمک کنند و چه نقشی در توسعه اقتصادی محلی ایفا می‌کنند؟ با توجه به میراث فرهنگی غنی و تاریخی اقوام بختیاری، شناخت دقیق تأثیرات روند تولید پوشاک سنتی آن‌ها که توسط زنان این قوم انجام می‌شود، بر توسعه گردشگری و اقتصاد محلی ضروری به نظر می‌آید. این پژوهش نه تنها می‌تواند به شناخت عمیق‌تر این نقش و تأثیرات کمتر

شناخته شده آن کمک کند، بلکه می‌تواند به سیاست‌گذاران، کارآفرینان و برنامه‌ریزان مناطق محروم کمک کند تا منابع و ظرفیت‌های اقوام محلی را به صورت بهینه بهره‌برداری و به توسعه پایدار مناطق کمک کنند.

پژوهش پیش‌رو با تمرکز بر نقش زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی، به دو موضوع اصلی پرداخته است: الف) کارآفرینی اجتماعی: زنان بختیاری از منطقه‌ای با فرهنگ و زندگی اجتماعی خاص، با ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی و محلی می‌توانند به توسعه اقتصاد محلی و افزایش فرصت‌های اشتغال در مناطق روستایی کمک کنند؛ ب) تولید پوشاک سنتی: علاوه بر کارآفرینی اجتماعی، این پژوهش به تولید پوشاک سنتی توسط زنان بختیاری می‌پردازد و نشان می‌دهد تولید پوشاک سنتی توسط زنان بختیاری می‌تواند فرصت اقتصادی مؤثری برای توسعه محلی و افزایش درآمد باشد. این نگرش نوآورانه به تولید پوشاک سنتی و ارتباط آن با توسعه گردشگری و اقتصاد محلی، این مقاله را از سایر تحقیقات متمایز می‌کند.

اهداف پژوهش بررسی تأثیر زنان بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی، بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه فعالیت‌های اقتصادی محلی زنان بختیاری و بررسی نقش تولید پوشاک سنتی بختیاری در ترویج گردشگری فرهنگی و تاریخی است. با توجه به این اهداف، فرضیه اصلی این پژوهش این است که زنان قوم بختیاری می‌توانند با حفظ و ترویج فرهنگ و هنرهای خود تأثیر زیادی در توسعه گردشگری مناطق خود داشته باشند. همچنین کارآفرینی اجتماعی توسط زنان قوم بختیاری به توسعه اقتصاد محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی در این مناطق کمک می‌کند. به علاوه تولید پوشاک سنتی بختیاری گردشگری فرهنگی و تاریخی مناطق مورد نظر را ترویج می‌کند و جذابیت گردشگری پایدار این مناطق را افزایش می‌دهد.

۲. پیشینه تجربی پژوهش

شجاعی و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله «بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی بر توسعه فرهنگی و اقتصادی (مطالعه موردی شهرک‌های صنعتی شهرکرد و بروجن در استان چهارمحال و بختیاری» با روش توصیفی-همبستگی، نقش کارآفرینی را بر توسعه اقتصادی و به‌طور ویژه توسعه شهرک‌های صنعتی استان چهارمحال و بختیاری سنجیدند و به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی و توسعه به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد.

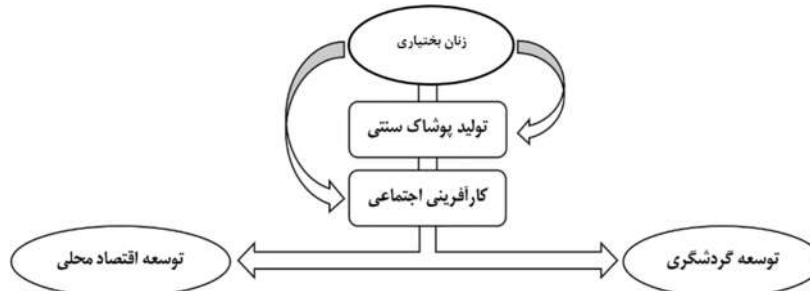
دادورخانی و همکاران (۲۰۱۱) مقاله تحلیلی-تطبیقی «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی» با نمونه آماری از دو روستای

شهرستان اسکو نشان دادند کارآفرینی می‌تواند یکی از راهبردهای اصلی حل مشکلات روستایی، متنوع‌سازی اقتصاد و استفاده بهینه از منابع روستاهای کشور باشد و گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد، زمینه مناسبی برای توسعه کسب‌وکارها و کارآفرینی، به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فراهم می‌کند. این پژوهش به کارآفرینی اجتماعی و توسعه پایدار نپرداخته و گردشگری را از جنبه کارآفرینی اجتماعی و اصول توسعه پایدار بررسی نکرده است. اوگونیمی (۲۰۱۲) در مطالعه کیفی «مدل کارآفرینی اجتماعی نیجریه‌ای» به بررسی و توصیف اقدامات یکی از کارآفرینان مشهور نیجریه به نام نایکی دیویس اکوندای^۱ پرداخت. مدل کارآفرینی اجتماعی پیشنهادی شامل کارگاه‌های آموزش هنرهای مختلف سنتی برای زنان فقیر است. یکی از نقاط قوت مهم، در پشتیبانی از مهارت‌آموزان است؛ به نحوی که آن‌ها امکان بهره‌برداری از امکانات برگزاری کارگاه‌های خود و انجام برخی سفارش‌های مشتری‌های فرعی و نیز عرضه و فروش تولیداتشان را در گالری‌های او می‌یابند.

مطالعه پیشینه مشخص کرد در پژوهش‌های انجام‌شده، بخش‌های مختلف و گاه جداگانه بررسی شده‌اند و در برخی از مقالات، موارد کلی در نظر گرفته شده‌اند. پژوهش حاضر، به‌طور خاص بر جامعه زنان تمرکز دارد و نقش آنان را در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی با تکیه بر کارآفرینی اجتماعی و به‌طور خاص در تولید پوشاک سنتی برای توانمندسازی زنان در الگوی توسعه پایدار در نظر می‌گیرد.

۲-۱. مدل مفهومی

مدل به‌کاررفته در این پژوهش، مشتمل بر متغیرهای وابسته، واسطه و مستقلی است که در شکل ۱ معرفی شده است. زنان قوم بختیاری به‌عنوان متغیر مستقل، تأثیرگذار در کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی به‌عنوان متغیرهای واسطه است. کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی متغیرهای واسطه تأثیرگذار هستند و توسعه گردشگری و اقتصاد محلی متغیرهای وابسته‌اند. توسعه گردشگری و اقتصاد محلی به‌عنوان متغیرهای وابسته می‌توانند با کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی توسط زنان قوم بختیاری بهبود یابند. برای کمی‌کردن متغیرهای پژوهش، از ابزار پرسشنامه استفاده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش در حوزه پایداری
منبع: نگارندگان

مدل مفهومی، مطابق فرضیات طرح شده، تأثیر عملکرد زنان قوم بختیاری را با کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی بر توسعه گردشگری و اقتصاد محلی به نمایش می‌گذارد. این متغیرها به‌عنوان واسطه‌ها عمل می‌کنند و تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته را تسهیل می‌سازند. این مدل مفهومی نشان می‌دهد فعالیت‌ها و تاریخچه اقوام بختیاری به توسعه کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی منجر می‌شود. این اقدامات در ترویج گردشگری فرهنگی و تاریخی تأثیر مثبتی دارند و به توسعه گردشگری و اقتصاد محلی کمک می‌کنند.

۳. توسعه پایدار و گردشگری

براساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، به آن نوع گردشگری که تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی فعلی و آینده خود را به‌طور کامل در نظر گیرد و همچنان به نیازهای بازدیدکنندگان، بنگاه‌های اقتصادی، محیط‌زیست و جامعه میزبان نیز توجه کند، گردشگری پایدار اطلاق می‌شود؛ بنابراین گردشگری پایدار باید به سه حوزه زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی توجه کند که به ترتیب به الف) حفظ فرایندهای اکولوژیکی و کمک به حفظ میراث طبیعی و تنوع زیستی، ب) احترام به اصالت اجتماعی-فرهنگی جامعه میزبان و حفظ میراث فرهنگی و ارزش‌های آن‌ها، و پ) اطمینان از پایداری اقتصادی بلندمدت بنگاه‌های اقتصادی فعال در زمینه گردشگری و ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار می‌انجامد (Barati, 2023: 243). توسعه گردشگری پایدار و میراث فرهنگی می‌تواند به‌طور مؤثری به گردشگری با علاقه‌مندی‌های ویژه مانند گردشگری فرهنگی، گردشگری تاریخی، گردشگری طبیعت و موارد مشابه منجر شود، اما با تضادها و اثرات منفی اجتماعی-فرهنگی نیز همراه است؛ بنابراین در توسعه گردشگری میراث فرهنگی باید به مسائل پایداری توجه شود. گردشگری پایدار از توسعه پایدار مشتق می‌شود. به این ترتیب سه بعد پایداری

نیز در آن استفاده می‌شود. از بین این سه بعد، به پایداری اجتماعی کمتر توجه شده است و اغلب به صورت ارتباطی با پایداری اقتصادی یا زیست‌محیطی پیشنهاد می‌شود (Nugraheni et al., 2020: 6). توسعه پایدار به معنای ایجاد تعادل بین توسعه و محیط‌زیست است که امروزه بر نوآوری و استفاده از دانش استوار است. توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور، به فراهم آوردن شرایط برای رشد و توسعه پایدار، امکان رفع مسائل و مشکلات اجتماعی و فرهنگی همچون فقر، نابسامانی اجتماعی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی، و مشکل بیکاری جمعیت کم‌کم می‌کند (Pirmohammadi et al., 2017: 2). صنعت گردشگری با وجود برخورداری از مزایا و منافع زیادی که برای جامعه میزبان دارد، در شکل سنتی خود دارای معایب بسیاری است. به این ترتیب نیاز به نوآوری دارد. توجه به تفکر کارآفرینی اجتماعی در این صنعت، اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری را فراهم می‌کند. تفکر کارآفرینی کلید رشد اقتصادی تلقی می‌شود؛ بنابراین، ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از اصول توسعه اقتصادی کشور اهمیت دارد (Karami Dehkordi et al., 2012: 108). توجه به استفاده از نگاره‌ها، رنگ‌ها و رنگ‌آمیزی‌های سنتی و نمادین به‌منظور بهبود کیفیت و دوام آثار، تأثیر مثبتی در زمینه توسعه پایدار، حفظ محیط‌زیست و جذب گردشگران داشته است. این امر به تنوع تولیدات صنایع دستی و توسعه بخش‌های کاربردی آن‌ها، تولید آثار هنری با الهام از فرم کلی و نگاره‌های آثار تاریخی و باستانی، همچنین علائم و نمادهای مرتبط با یک فرهنگ بازمی‌گردد (Ahmadian & Baghernia, 2014: 54). اثرات فرهنگی و اجتماعی توسعه صنعت گردشگری، مطالعه این آثار بر گروه‌های انسانی جوامع میزبان و گردشگران است که هم شامل اثرات منفی مانند تهاجم فرهنگی، تخریب مبانی اعتقادی و ارزشی، امکان از بین رفتن اصالت آثار هنری و صنایع دستی است و هم اثرات مثبتی مانند غنی شدن تجارب فرهنگی افراد جامعه، ایجاد امکان تعاملات اجتماعی و مبادلات فرهنگی، احترام متقابل بین مردم بومی با سایر فرهنگ‌ها، ایجاد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی به سایر جوامع و مواردی از این دست را دربرمی‌گیرد (Zafari Deh Kuhne, 2020: 34). افراد مقاصد گردشگری خود را به‌منظور دست‌یافتن به اهداف خود انتخاب می‌کنند و این انتخاب ممکن است نشانگر ارزش‌ها، ذائقه‌ها و حتی ارتباطات اجتماعی آن‌ها باشد (Lewis et al., 2013: 14). توسعه اکوتوریسم^۱ با مشارکت جوامع محلی با توانمندسازی مردم بومی به‌منظور حفظ منابع طبیعی و فرهنگ بومی، موجب افزایش احترام به فرهنگ، میراث و آداب و سنن جامعه محلی می‌شود و از این طریق می‌تواند فرهنگ، میراث و آداب و سنن جامعه محلی را

۱. Ecotourism: سفری مسئولانه که حافظ محیط زیست بوده و موجب بهبود کیفیت زندگی مردم محلی گردد.

حفظ و تقویت کند و درعین حال میراث طبیعی این مناطق نیز حفظ و حراست شود (Varamesh & Heidari Nia, 2009: 6).

۳-۱. شاخص‌های توسعه گردشگری

در زمینه شناسایی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری می‌توان به ابعاد فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی، فناوری، زیرساختی، زیست‌محیطی، سیاسی و مدیریتی اشاره کرد (Golamiz & Soltani, 2020: 123). توسعه گردشگری در بعد اقتصادی می‌تواند به ایجاد شغل‌های محلی کمک کند؛ بنابراین، تعداد شغل‌های ایجادشده یک شاخص مهم است (Taghvaei et al., 2012: 43). تعداد گردشگران و مسافرانی که به منطقه می‌آیند، از شاخص‌های اصلی در توسعه گردشگری است و سهم عمده‌ای در درآمدزایی منطقه دارد. همچنین از دیگر شاخص‌ها می‌توان به سطح امنیت و رضایت گردشگران نیز اشاره کرد (Imeni Gheshlagh & Tabatabaei Qomi, 2021). ارائه مقاصد گردشگری به بازار جهانی بدون داشتن درک صحیح و اطلاعات دقیق از منابع و توانمندی‌های خود (جاذبه‌ها، امکانات، نیروی انسانی و خدمات) نتیجه‌ای جز شکست و ناکامی به دنبال ندارد. مسئولان گردشگری باید با نقاط ضعف و قوت منطقه و ذائقه بازار آشنا باشند تا تصویر مناسبی برای گردشگران خلق کنند. تصویر منطقه مزیت رقابتی در گردشگری است. یکی از عواملی که در خلق تصویر منطقه نقش بسزایی دارد، پوشاک سنتی و محلی مردم بومی است. لباس سنتی و محلی به پوششی اطلاق می‌شود که مردم بومی یک منطقه می‌پوشند و از آداب و رسوم محلی الهام می‌گیرد (Karoubi & Jafari, 2014:990). جوانان در روستاهای گردشگرپذیر نسبت به روستاهای عادی فرصت‌های کارآفرینی بیشتری دارند. این اختلاف به دلیل تعامل فرهنگی با گردشگران و فرصت‌های جدید ایجادشده توسط صنعت گردشگری است (Dadvar-khani et al., 2011: 171).

۴. اقتصاد محلی

منظور از اقتصاد محلی، تمامی فعالیت‌های تولیدی و خدماتی است که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به گردشگران مرتبط هستند و از آن متأثرند (Imeni Gheshlagh & Tabatabaei Qomi, 2021: 140). اقتصاد محلی مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی و تجارتي در یک منطقه خاص است که به توسعه مالی و اقتصادی آن منطقه کمک می‌کند. این اقتصاد شامل صنایع محلی و خدمات می‌شود. رشد اقتصادی منطقه به فضای کسب‌وکار مناسب در آن بستگی دارد. کسب‌وکارهای نوآورانه ترکیبی از رشد اقتصادی و حفظ محیط‌زیست هستند که باید با سیاست‌ها و رویه‌های خاص

خود تعریف و اجرا شوند. توانمندسازی بخش خصوصی و تحقیق و توسعه با سرمایه‌گذاری مستقیم می‌تواند به رشد اقتصادی کمک کند و طراحی بسته‌های سیاستی منسجم نیز برای ایجاد فضای کسب‌وکار مناسب امری مؤثر و ضروری است (Valibeigi & Panahi, 2019: 37-39). صنایع محلی یک منطقه نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت آن منطقه دارند و مطالعات نشان می‌دهد توسعه فقط به صنایع محلی بستگی ندارد، بلکه برندسازی و اولویت‌بندی بخش‌های خلاق و رویدادهای مد و پوشاک نیز نقش مهمی در آن دارند. همچنین شهرهای کشورهای درحال توسعه از گردشگری در حوزه پوشاک به‌عنوان بخشی از راهبرد گردشگری خود استفاده می‌کنند (Adinolfi, Tichaawa, & Banda, 2018: 248). توسعه گردشگری پایدار باید به افزایش تنوع اقتصادی در منطقه، بهسازی زیرساخت‌ها، و ارتقای رشد اقتصادی محلی منجر شود. این فرایند باید همکاری‌های محلی و منطقه‌ای را تقویت کند و درعین‌حال، تسهیل‌کننده توزیع عادلانه‌تر منافع اقتصادی بین ساکنان جوامع و صنعت گردشگری محلی باشد (Imeni Gheshlagh & Arvand, 2016: 86). صنعت گردشگری این قابلیت را دارد که در تمامی حوزه‌های اقتصادی کشورها، به‌ویژه با کمک به کاهش فقر و تسهیل برای ایجاد یک اقتصاد پایدار و گسترده، نقش مهمی ایفا کند و به‌عنوان یک ابزار محرک برای توسعه مناطق حاشیه‌ای و ترویج فرایندهای توسعه اقتصادی با ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد شناخته می‌شود (Ibid: 87).

از مهم‌ترین شاخص‌های اقتصاد محلی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تولید ناخالص داخلی که نشان‌دهنده ارزش اقتصادی کلی یک منطقه است و به توسعه اقتصاد محلی کمک می‌کند، تعداد و انواع کسب‌وکارهای محلی و میزان سودآوری آن‌ها، تعداد شغل‌هایی که توسط کسب‌وکارهای محلی و نیروی انسانی محلی ایجاد شده‌اند و نیز میزان حمایت از کارآفرینان محلی و وجود برنامه‌ها و منابع مرتبط با کارآفرینی که می‌تواند نشان‌دهنده توسعه اقتصادی محلی باشد.

۵. کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی، در عرصه کارآفرینی و در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی قرار گرفته است. این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند. کارآفرینی اجتماعی به معنای استفاده از توانایی کارآفرینی برای حل مسائل اجتماعی و ایجاد ارزش اجتماعی است. این نوع کارآفرینی، منفعت موسسه اجتماعی را با نوآوری و وابستگی اجتماعی بیان می‌دارد و ریشه در تعاملات انسانی و روابط اجتماعی بشری دارد. کارآفرینان اجتماعی با نگرش خلاقانه به حل مسائل اجتماعی می‌پردازند که به ایجاد ارزش‌های اجتماعی می‌انجامد. توسعه

کارآفرینی اجتماعی موجب رفع مشکلات اجتماعی مانند فقر، نابسامانی اجتماعی، بیکاری دانش‌آموختگان و بزرگ‌ترین معضل بیکاران می‌شود. این نوع کارآفرینی اساس توسعه جامعه است (Pirmohammadi et al., 2017: 2). این مفهوم در کسب‌وکارهایی که علاوه بر اهداف اقتصادی، اهداف اجتماعی را نیز در نظر می‌گیرند، بسیار مهم است.

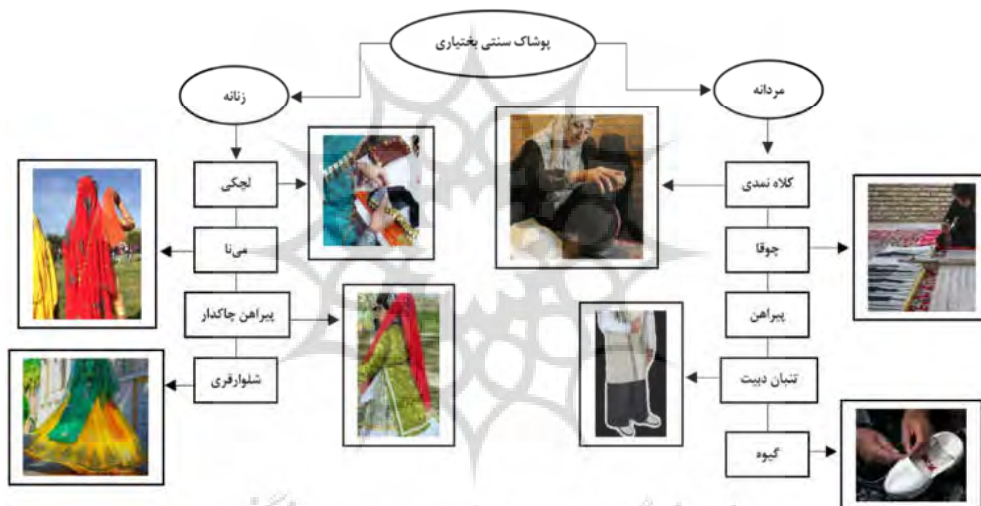
پایداری کسب‌وکارهای گردشگری نیازمند توسعه ایده‌های نوآورانه برای حل مشکلات اجتماعی و ایجاد تأثیر اجتماعی در بازار است. این نوآوری اجتماعی به ایجاد تحول در گردشگری با رویکردهای نوآورانه در حل مسائل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی مرتبط می‌شود. در زمینه کارآفرینی در حوزه گردشگری، رویکرد اقتصادی به‌عنوان رویکرد غالب شناخته می‌شود. این رویکرد به‌وسیله دانشکده‌های اقتصاد، بازرگانی و بازاریابی توسعه یافته و به تئوری‌پردازی مبتنی بر سودمحوری متمایل است (Abtahi et al., 2010: 88). کارآفرینی اجتماعی به‌مثابه نوعی بازنگری در فعالیتهای اقتصادی جامعه است که می‌تواند خروجی‌ها و پیامدهای مثبتی را در عرصه اجتماعی به دنبال داشته باشد. ایجاد هویت فرهنگی، ایجاد فرصت‌هایی برای تعامل اجتماعی، ایجاد شبکه‌های سازمانی جدید و اعتماد درون‌سازمانی، از نتایج اجتماعی توسعه کارآفرینی است (Firouzabadi & Dabaghi, 2015: 29, 33 35). بخش قابل‌توجهی از مقتضیات رشد اقتصادی در هر منطقه وابسته به فضای کسب‌وکار مناسب در آن منطقه است. مسئله کسب‌وکارهای نوآورانه، شکل ویژه‌ای از مطالعات کارآفرینی است که تلفیقی از رویکرد رشدگرایی اقتصادی و محیط‌زیست‌گرایی، بر پایه حفظ پایداری است که براساس سیاست‌ها و رویه‌های خاص خود دارای تعریف، ابعاد و شاخص‌های ویژه‌ای است که تا حدودی از سایر اشکال کارآفرینی متمایز است. در جهت رشد اقتصادی باید به توانمندسازی بخش خصوصی توجه ویژه‌ای داشت که این توانمندسازی باید با تحقیق و توسعه و هدایت سرمایه‌گذاری مستقیم به‌سمت آنان صورت گیرد و باید بسته‌های سیاستی منسجمی طراحی شود تا در جهت ایجاد فضای کسب‌وکار مناسب برای فعالیت بخش خصوصی مؤثر باشد (Valibeigi & Panahi, 2019: 37-39).

اگرچه رفتارهای اجتماعی در کارآفرینی سنتی نیز وجود دارد، رفتار آنها تنها به‌صورت غیرمستقیم با مسائل اجتماعی ارتباط دارد. اما در کارآفرینی اجتماعی، راهبردهای درآمدزایی به‌طور مستقیم به اهداف اجتماعی وابسته است؛ به‌عنوان مثال تولید محصولات مأموریت‌محوری که پاسخگوی مشکلات اجتماعی قشر خاصی از جامعه است. براساس این تعاریف، کارآفرینی اجتماعی از کارآفرینی سنتی متمایز می‌شود (Askari, 2018: 32). مهم‌ترین آثار توسعه این کارآفرینی، افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش اشتغال، تولید دانش فنی و تولید و توزیع درآمد در

سطح جامعه است که در نتیجه می‌تواند افزایش ثروت ملی و رشد اقتصادی جامعه را به دنبال داشته باشد (Divsalar & Bozorgi, 2002: 9).

۶. تولید پوشاک سنتی اقوام بختیاری

پوشاک سنتی یکی از مهم‌ترین میراث فرهنگی است که در ادوار مختلف تاریخی و فرهنگی ایران همواره از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده است (Baseri & Karimi, 2019: 258). از جمله پوشاک سنتی اقوام بختیاری می‌توان چوقا، کلاه نمدی، گیوه و تنبان دبیت را نام برد که توسط زنان بختیاری تولید می‌شوند و در شکل ۲ به شرح آن پرداخته شده است.



شکل ۲. پوشاک سنتی اقوام بختیاری

منبع: نگارندگان

مجموعه سنت‌ها و شیوه‌های خاص زندگی ایل بختیاری، به تنهایی یکی از جاذبه‌های بی‌نظیر گردشگری استان چهارمحال و بختیاری است. زندگی در طبیعت و تلاش برای امرار معاش، مردمان بختیاری را سخت‌کوش، تلاشگر، ساده‌دل، مهربان، مهمان‌نواز و پایبند به سنت‌ها ساخته است (Akhoundi, 2006: 57). گله‌داران در مواقع معینی از سال با قیچی مخصوص پشم گوسفندان را می‌چینند و در دسترس زنان می‌گذارند. آن‌ها هم پشم‌ها را با آب فراوان شست‌وشو می‌دهند و خشک می‌کنند. پس از خشک شدن آن با وسیله‌ای که به دوک مشهور است، مانند ریسمان به هر اندازه ضخیم یا باریک می‌ریسند و کلاف می‌کنند. سپس برای رنگ کردن حاضر می‌کنند و در نهایت برای

تهیه فرش، لباس و دیگر دست‌بافت‌هایشان مصرف می‌کنند (Ahangeedeh, 1999: 199). تولید پوشاک سنتی اقوام بختیاری به‌عنوان یک صنعت محلی مهم و عرصه‌ای برای اشتغال و ایجاد ارزش اقتصادی در این منطقه مورد توجه است. صنایع دستی و مخصوصاً دستبافت ایل بختیاری، یکی از انواع فعالیت‌های اقتصادی خانوارهای ایل است که در ساعات فراغت زن خانوار انجام می‌گیرد و به تولید کالاهای مصرفی می‌انجامد؛ ساخت فرآورده‌هایی که با دقت تولید می‌شود و در چارچوب فرهنگ و ذوق هنری زن ایل و با توجه به میراث قومی آنان ساخته و پرداخته می‌شود (Ibid: 206). آمیختگی شدید این فعالیت با سنت‌ها، عادت و بینش سازنده و همچنین تأثیر فوق‌العاده محیط جغرافیایی و شرایط کوچ‌نشینی در دست‌سازها ویژگی خاصی به آن داده است؛ به طوری که برخلاف مصنوعات کارخانه‌ای که در مقیاس زیاد و به گونه‌ای همیشگی تولید می‌شود، فرآورده‌های دستی ایل، از طایفه‌ای به طایفه دیگر، از نظر طرح، رنگ‌آمیزی، اندازه و نوع آن کاملاً قابل تشخیص است. صنایع دستی در ایل بختیاری در حقیقت نوعی صنایع خانگی است؛ زیرا بنا به تعریف، صنایع خانگی بر آن نوع از صنایع تولیدی اطلاق می‌شود که فعالیت آن توسط اعضای خانوار و در ساعات فراغت (کار غیرمستمر) و برای مصرف فرآورده‌های آن انجام می‌گیرد و در آن از کارگر و حقوق‌بگیر استفاده نمی‌شود. تولید صنایع دستی در ایل بختیاری عمدتاً برای مصرف خود خانوارها انجام می‌شود که بیشتر بافندگی و خصوصاً تولید پوشاک است (Ibid: 207). زنان بختیاری به این‌که خودشان تمام البسه خود را می‌دوزند افتخار می‌کنند. آن‌ها بافنده، خیاط و سوزن‌دوزهای بسیار ماهری هستند و لباس‌های خود، بچه‌ها و شوهرانشان را خودشان تهیه می‌کنند (Amiri, 1994: 121).

۷. روش‌شناسی پژوهش

برای دستیابی به اهداف تحقیق و بررسی نقش زنان قوم بختیاری در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی، از روش ترکیبی تحقیق کمی و کیفی استفاده شد. تحقیق کیفی برای درک عمیق‌تر نقش زنان بختیاری و کارآفرینی اجتماعی به کار گرفته شد و اندازه‌گیری تأثیر آن‌ها بر توسعه گردشگری و اقتصاد محلی به روش کمی مطالعه شد. جمع‌آوری داده‌ها با ترکیب مصاحبه و پرسشنامه صورت گرفت. مصاحبه‌ها با اقوام بختیاری و کسب‌وکارهای محلی انجام شد و پرسشنامه‌ها با انتخاب گردشگران و مسافران در منطقه تکمیل شدند. داده‌ها به دو روش توصیفی کمی (آماري و مقایسه‌ای) و کیفی با تحلیل استنباطی و تفسیر، تجزیه و تحلیل شدند و نتایج در قالب جدول‌های متعدد و به صورت توصیفی-تحلیلی آمده است. نمونه‌گیری به روش خوشه‌ای جغرافیایی از مناطق مختلف شهری و روستایی استان چهارمحال و بختیاری انجام پذیرفت. حجم نمونه با محاسبات

نرم افزار G-Power عدد ۳۸۹ برآورد شد و نمونه‌ها از شهرهای شهرکرد، بن، شلمزار، جونقان، فارسان، لردگان، بروجن، چلگرد و اردل انتخاب شدند تا نمونه به‌طور نسبی تمام سطح استان را پوشش دهد.

۸. یافته‌های پژوهش

در این مطالعه از مجموع ۶۰۰ نفر نمونه آماری، ۲۱۱ نفر (۳۵/۲ درصد) مرد و ۳۸۹ نفر (۶۴/۸ درصد) زن هستند. بیشترین تعداد افراد پاسخگو با فراوانی ۶۴/۸ درصد زن هستند (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۲۱۱	۳۵/۱
زن	۳۸۹	۶۴/۸
کل	۶۰۰	۱۰۰

در این میان ۱۱/۳ درصد افراد کمتر از ۲۵ سال، ۴۴/۷ درصد ۲۵ تا ۴۵ سال، ۳۵/۴ درصد ۴۵ تا ۶۵ سال و ۸/۴ درصد بالای ۶۵ سال دارند. از مجموع ۳۸۹ نفر شرکت کننده، بیشترین تعداد پاسخگویان ۲۵ تا ۴۵ سال دارند (جدول ۲).

جدول ۲. توزیع فراوانی مربوط به سن پاسخگویان

سن	فراوانی	درصد
کمتر از ۲۵ سال	۴۴	۱۱/۳
۲۵ تا ۴۵ سال	۱۷۴	۴۴/۷
۴۵ تا ۶۵ سال	۱۳۸	۳۵/۴
بیشتر از ۶۵ سال	۳۳	۸/۴
کل	۳۸۹	۱۰۰

به‌منظور بررسی فرضیات پژوهش، ابتدا به کمک آزمون کولموگروف-اسمیرنف پراکنندگی داده‌های پژوهش، برای تصمیم درخصوص آزمون‌های پارامتریک یا ناپارامتریک انجام شد که نتایج آن در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. تعیین مقدار Z و سطح معناداری داده‌ها

متغیر	مقدار Z	سطح معنی‌داری
تولید پوشاک توسط زنان بختیاری	۱/۶۳	۰/۹۸
کارآفرینی اجتماعی-تولید پوشاک سنتی	۱/۹۸	۱/۰۳
توسعه گردشگری-اقتصاد محلی	۱/۱۰۵	۰/۷۵

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری بیش از ۰/۰۵ حاکی از معنی‌دارنشدن آزمون برای متغیرهای پژوهش است؛ بنابراین پراکندگی داده‌ها نرمال است و امکان استفاده از آزمون‌های پارامتریک برای بررسی فرضیات پژوهش فراهم است.

۹. بررسی فرضیات پژوهش

فرضیه اول: زنان بختیاری توانسته‌اند با حفظ و ترویج فرهنگ و هنرهای خود تأثیر مهمی در توسعه گردشگری مناطق خود داشته باشند.

برای بررسی فرضیه اول پژوهش، ابتدا به کمک آزمون همبستگی پیرسون، رابطه بین متغیرهای توسعه گردشگری و توانمندی تولیدکنندگان اندازه‌گیری شد که مقادیر آن در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. مقادیر مربوط به آزمون همبستگی پیرسون بین توسعه گردشگری و توانمندسازی تولیدکنندگان

متغیر	۱	۲
توسعه گردشگری	-	-
توانمندی زنان بختیاری در حفظ فرهنگ و هنر	۰/۳۹۹	-

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، بین دو متغیر مذکور به میزان ۰/۳۹۹ و با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۰/۰۵ رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. در ادامه به کمک آزمون رگرسیون خطی، میزان اثر توانمندی زنان بختیاری در حفظ فرهنگ و هنر خود بر توسعه گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری اندازه‌گیری شد که مقادیر آن در جدول‌های ۵، ۶ و ۷ قابل مشاهده است.

جدول ۵. مدل رگرسیونی

MODEL	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
۱	۰/۳۹۹	۰/۱۵۹	۰/۱۵۷	۵/۴۰

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، متغیر توانمندی زنان بختیاری در حفظ فرهنگ و هنر خود، قادر است به میزان ۱۵/۹ درصد متغیر توسعه گردشگری را تبیین کند.

جدول ۶. مقادیر جدول آنوا (تحلیل واریانس)

Sig	F	Mean Square	df	Sum of square	MODEL
۰/۰۰	۷۳/۱۱	۳۰۴۳۹/۲۸۷	۱	۳۰۴۳۹/۲۸۷	۱
		۴۱۶/۳۱۵	۳۸۷	۱۶۱۱۱۳/۸۷۵	
			۳۸۸	۱۹۱۵۵۳/۱۶۲	

با توجه به جدول ۶، آزمون تحلیل واریانس برای آزمون رگرسیون، براساس سطح معنی‌داری (کمتر از ۰/۰۵) معنادار شده است.

جدول ۷. مقادیر اثرگذاری توانمندی اقوام بختیاری در حفظ فرهنگ و هنر خود بر متغیر توسعه گردشگری

Sig	t	Beta	Std.Error	B	MODEL
۰/۰۰	۹/۷۷	-	۴/۸۷	۴۷/۶۷۳	۱
۰/۰۰	۸/۵۵	۰/۳۹۹	۰/۲۶۷	۲/۲۹۶	

مطابق جدول ۷، مقدار B نشان می‌دهد متغیر توسعه گردشگری با مقدار ثابت ۴۷/۶۷ و ضریب ۲/۲۹ بر توانمندی زنان بختیاری در حفظ فرهنگ و هنر خود تأثیر گذار است. با توجه به نتایجی که از آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی به‌دست آمده است، فرضیه اول پژوهش تأیید شد. به عبارت دیگر، توانمندی زنان بختیاری در حفظ فرهنگ و هنر خود بر توسعه گردشگری اثر گذار است. فرضیه دوم: کارآفرینی اجتماعی توسط زنان بختیاری به توسعه اقتصاد محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی در این مناطق کمک کرده است. برای بررسی فرضیه دوم پژوهش، ابتدا به کمک آزمون همبستگی پیرسون، رابطه بین متغیرهای کارآفرینی اجتماعی توسط زنان بختیاری و توسعه اقتصاد محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی در این مناطق اندازه‌گیری شد که مقادیر آن در جدول‌های ۸، ۹ و ۱۰ آمده است.

جدول ۸. مقادیر آزمون همبستگی پیرسون بین کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصاد محلی

متغیر	۱	۲
کارآفرینی اجتماعی	-	-
توسعه اقتصاد محلی	۰/۴۷۲	-

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، بین دو متغیر مذکور، به میزان ۰/۴۷۲ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد و خطای ۰/۰۱ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در ادامه به کمک آزمون رگرسیون خطی میزان اثر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصاد محلی اندازه‌گیری شد که مقادیر آن در جدول‌های ۱۰، ۱۱ و ۱۲ آمده است.

جدول ۹. مدل رگرسیونی

Std. Error	Adjusted R Square	R Square	R	MODEL
۳/۹۴	۰/۲۳۶	۰/۲۳۸	۰/۴۸۷	۱

براساس جدول ۹، متغیر کارآفرینی اجتماعی قادر است به میزان ۲۳/۸ درصد توسعه اقتصاد محلی را تبیین کند.

جدول ۱۰. مقادیر جدول آنوا (تحلیل واریانس)

Sig	F	Mean Square	df	Sum of square	MODEL
.۰۰۰	۱۲۰/۵۶	۱۸۷۳/۲۱۷	۱	۱۸۷۳/۲۱۷	۱
		۱۵/۵۳	۳۸۷	۶۰۱۲/۶۹۱	
		-	۳۸۸	۷۸۸۵/۹۰۷	

آن گونه که از جدول ۱۰ پیداست، آزمون تحلیل واریانس برای آزمون رگرسیون، براساس سطح معنی داری (کمتر از ۰/۰۵) معنادار شده است.

جدول ۱۱. مقادیر اثرگذاری متغیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصاد محلی

Sig	T	Beta	Std.Error	B	MODEL
.۰۰۰	۱۲/۴۷	-	۰/۸۲۱	۱۰/۲۴۰	۱
.۰۰۰	۱۰/۹۸	۰/۴۸۷	۰/۰۰۹	۰/۰۹۹	

همان طور که در جدول ۱۱ قابل مشاهده است، مقدار B نشان می دهد متغیر کارآفرینی اجتماعی با مقدار ثابت ۱۰/۲۴۰ و ضریب ۰/۰۹۹ بر توسعه اقتصاد محلی تأثیرگذار است. با توجه به نتایج آزمون های همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی، فرضیه دوم پژوهش تأیید شد و کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصاد محلی اثرگذار است.

فرضیه سوم: تولید پوشاک سنتی بختیاری به توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی مناطق بومی کمک کرده و جذابیت این مناطق را افزایش داده است.

برای بررسی فرضیه سوم پژوهش، ابتدا به کمک آزمون همبستگی پیرسون، رابطه بین متغیرهای توسعه گردشگری و تولید پوشاک سنتی اندازه گیری شد که مقادیر آن در جدول ۱۲ آمده است.

جدول ۱۲. مقادیر مربوط به آزمون همبستگی پیرسون بین توسعه گردشگری و تولید پوشاک سنتی

متغیر	۱	۲
تولید پوشاک سنتی	-	-
توسعه گردشگری	۰/۴۲۰	-

با توجه به جدول ۱۲، بین دو متغیر مذکور، به میزان ۰/۴۲۰ و با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۰/۰۵ رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

در ادامه به کمک آزمون رگرسیون خطی میزان اثر تولید پوشاک سنتی بر توسعه گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری اندازه‌گیری شد که مقادیر آن در جدول‌های ۱۳، ۱۴ و ۱۵ آورده شده است.

جدول ۱۳. مدل رگرسیونی

MODEL	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
۱	۰/۴۲۰	۰/۱۷۶	۰/۱۷۴	۴/۰۹

همان‌طور که در جدول ۱۳ مشاهده می‌شود، متغیر تولید پوشاک سنتی قادر است به میزان ۱۷/۶ درصد توسعه گردشگری را تبیین کند.

جدول ۱۴. مقادیر جدول آنوا (تحلیل واریانس)

Sig	F	Mean Square	df	Sum of square	MODEL
۰/۰۰	۸۲/۷۳	۱۳۸۸/۹۷۸	۱	۱۳۸۸/۹۷۸	۱
		۱۶/۷۸	۳۸۷	۶۴۹۶/۹۳۹	
		-	۳۸۸	۷۸۸۵/۹۰۷	

براساس جدول ۱۴، آزمون تحلیل واریانس برای آزمون رگرسیون، براساس سطح معنی‌داری (کمتر از ۰/۰۵) معنادار شده است.

جدول ۱۵. مقادیر اثرگذاری متغیر تولید پوشاک سنتی بر توسعه گردشگری

MODEL	B	Std.Error	Beta	T	Sig
۱	۱۰/۳۷۹	۰/۹۷۹	-	۱۰/۴۹	۰/۰۰
	۰/۴۹۰	۰/۰۵۴	۰/۴۲۰	۹/۰۹۴	۰/۰۰

مقدار B در جدول ۱۵ نشان می‌دهد متغیر تولید پوشاک سنتی با مقدار ثابت ۱۰/۳۷۹ و ضریب ۰/۴۹۰ بر توسعه گردشگری تأثیرگذار است. با توجه به نتایج آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی، فرضیه سوم پژوهش تأیید شد؛ یعنی تولید پوشاک سنتی در استان بر توسعه گردشگری مؤثر است.

۱۰. بحث

با توجه به داده‌های آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی، این پژوهش نشان داد زنان بختیاری با حفظ فرهنگ و هنر خود، توانایی‌هایی دارند که می‌تواند بر توسعه گردشگری در این منطقه تأثیرگذار باشد. همچنین مطابق نتایج این آزمون‌ها، کارآفرینی اجتماعی نیز می‌تواند به توسعه

اقتصاد محلی استان چهارمحال و بختیاری کمک کند. در انتها مشخص شد تولید پوشاک سنتی در استان می‌تواند به توسعه گردشگری در این منطقه کمک کند که به کمک بازاریابی مناسب و ارتقای صنعت محلی می‌تواند سبب جذب گردشگران جدید و افزایش درآمد مرتبط با صنعت گردشگری شود.

در بسیاری از مقاصد گردشگری، فرهنگ و هویت محلی از جاذبه‌های اصلی برای گردشگران است. تولید و فروش پوشاک محلی نه تنها می‌تواند به ارتقای اقتصاد محلی کمک کند، بلکه می‌تواند جذابیت بیشتری به مقصدهای گردشگری ببخشد و به گردشگران احساس تجربه فرهنگی و محلی تر القا کند. مطالعاتی که به ارتباط بین صنعت پوشاک و صنعت گردشگری پرداخته‌اند، می‌توانند برای توسعه گردشگری به وسیله تولید پوشاک محلی مفید باشند؛ زیرا این پوشاک می‌تواند به عنوان جزئی مهم از تجربه گردشگران شناخته شود و در عین حال، از توجه به میراث فرهنگی و اجتماعی منطقه حمایت کند.

۱۱. نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد زنان بختیاری با کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی تأثیر بسزایی بر ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه فعالیت‌های اقتصادی محلی دارند؛ به‌ویژه تولید پوشاک سنتی بختیاری به عنوان یکی از مشاغل اصلی این مردم، به ترویج و توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی مناطق مورد نظر کمک می‌کند.

از میان نتایج کلی این تحقیق می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

نقش مؤثر زنان قوم بختیاری: زنان قوم بختیاری نقش مهمی در توسعه گردشگری و اقتصاد محلی ایفا می‌کنند. تأثیرات اجتماعی و اقتصادی آن‌ها با کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی قابل مشاهده است.

توانایی ایجاد فرصت‌های شغلی: زنان قوم بختیاری توانایی ایجاد فرصت‌های شغلی محلی را دارند. این فرصت‌ها به عنوان یک ابزار مؤثر در توسعه اقتصاد محلی و جلب گردشگران به منطقه ایفای نقش می‌کنند.

تأثیر تولید پوشاک سنتی: تولید پوشاک سنتی بختیاری به عنوان یکی از مشاغل اصلی این اقوام، به توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی مناطق مورد نظر و حفظ و ارتقای هویت فرهنگی و تاریخی منطقه کمک می‌کند. در راستای توسعه گردشگری و اقتصاد محلی، زنان قوم بختیاری با تأکید بر کارآفرینی اجتماعی و تولید پوشاک سنتی، نقش مؤثر و مثبتی را ایفا می‌کنند. این مردم

توانسته‌اند با حفظ فرهنگ و سنت‌های خود، جذابیت‌های گردشگری منطقه خود را ارتقا دهند و گردشگران را به مناطق خود جلب کنند. از طرف دیگر، تولید پوشاک سنتی به‌عنوان یک هنر و فرایند محلی، بازارهای محلی را تنوع بخشیده و به افزایش درآمد افراد و کسب‌وکارهای محلی منجر شده است. در مسیر توسعه کارآفرینی اجتماعی، زنان بختیاری توانسته‌اند ذوق هنری خود را به کسب‌وکارهای محلی تبدیل و به اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی منطقه خود کمک کنند. این کارآفرینان محلی نه تنها ارزش‌های فرهنگی خود را حفظ کرده‌اند، بلکه با ایجاد محصولات منحصربه‌فرد، بازارهای جدید را نیز ترویج داده‌اند. در پیچیدگی‌های جهانی امروز، حفظ هویت و فرهنگ محلی توسط زنان بختیاری نقطه قوتی است که موجب جلب توجه گردشگران و ارتقای نظام اقتصادی محلی شده است. براین اساس، تشویق به توسعه کارآفرینی اجتماعی و حمایت از تولید پوشاک سنتی به‌عنوان یک راهبرد توسعه محلی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این اقدامات، به دستیابی به توسعه پایدار و افزایش کیفیت زندگی افراد منطقه کمک می‌کند و الگویی مثبت در حوزه توسعه گردشگری و اقتصاد محلی است.

۱۲. تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که این اثر در هیچ‌یک از نشریات داخلی و خارجی به چاپ نرسیده و حاصل فعالیت‌های پژوهشی نویسنده است و ایشان از انتشار آن آگاهی و رضایت دارند. این تحقیق طبق قوانین و مقررات اخلاقی انجام شده و هیچ تخلف و تقلبی صورت نگرفته است. مسئولیت گزارش احتمالی تعارض منافع و حامیان مالی پژوهش به‌عهده نویسنده مسئول است و ایشان مسئولیت موارد ذکر شده را برعهده می‌گیرد. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول به راهنمایی نویسنده دوم با عنوان «نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری با تولید پوشاک سنتی اقوام بختیاری» در رشته طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر دانشگاه الزهرا (س) است.

References

- Abtahi, S. H., Shareefzadeh, F., & Ebrahimpour, H. (2010). A survey of social entrepreneurship concepts, theories and models and designing conceptual model. *Organizational Culture Management*, 8(21), 87-112.
https://jomc.ut.ac.ir/article_24012.html?lang=en (In Persian)

- Adinolfi, M. C., Tichaawa, T. M., & Banda, G. (2018). The importance of the fashion industry in the South African tourism context. *EuroEconomica*, 2(37), 245-258.
<https://EconPapers.repec.org/RePEc:dug:journl:y:2018:i:2:p:245-258>
- Ahangeedeh, E. (1999). *Chaharmahal and Bakhtiari and Its Ancient Civilization* (1st Ed.). Isfahan: Mashal Publications. (In Persian)
- Ahmadian, R., & Baghernia, A. (2014). *Fundamentals of cultural tourism* (1st Ed.). Tehran: Tisa Publications. (In Persian) ISBN 9786007212455
<http://teesa.ir/Books/Book?id=189>
- Akhoundi, A. (2006). *The image of cultural heritage, handicrafts, and tourism in Chaharmahal and Bakhtiari* (1st Ed.). Tehran: Research Institute of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism. (In Persian)
- Amiri, M. (1994). *Come to the Land of Bakhtiari with Me, Writings of Dr. Elizabeth MacBean Ross* (1st Ed.). Tehran: Saadi Publishing. (In Persian)
- Askari, F. (2018). Identifying Effective Drivers on the Success of Social Entrepreneurship. *Master's Thesis*. Hazrat Masoumeh University. Qom. (In Persian)
- Barati, J. (2023). *Fundamentals of Tourism Economy and Its Applications*. Mashhad: Jihad University Publications. (In Persian) ISBN 9789643245078 <https://www.jdmprss.com/books/631>
- Baseri, S., & Karimi, M. (2019). A Study on the Traditional Clothing Called Gaba in the Iranian Cultural Society. *Cultural Studies & Communication*, 15(54), 257-290. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/jcsc.2019.35614>
- Dadvar- khani, F., Rezvani, M. R., Imeni Gheshlagh, S., & Bozarjemehry, K. (2011). Analyze the Role of Tourism in the Development of Rural Youth Entrepreneurship (The Case Study: Knadovan Village, Osku Province). *Human Geography Research*, 43(4), 169-196.
https://jhgr.ut.ac.ir/article_24518.html?lang=en (In Persian)
- Divsalar, S., & Bozorgi, F. (2002). Investigating the role of entrepreneurship in economic growth & sustainable development. *National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-based Business, University of Mazandaran*. Babolsar.
<https://en.civilica.com/doc/174873/> (In Persian)
- Ebrahimi Naghani, H. (2019). Aesthetics of Bakhtiari gabbeh based on the basis of ethnic art paradigm. *Iranian Industrial Arts*, 1(1), 125-140.
<https://doi.org/10.22052/3.1.125> (In Persian)

- Firouzabadi, S. A., & Dabaghi, H. (2015). The role of social entrepreneurship in community development. *Community Development (Rural and Urban)*, 7(1), 29-58. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/jrd.2015.58433>
- Golamiz, M., & Soltani, L. (2020). Identifying and analyzing the dimensions and indicators of sustainable urban tourism development (Case Study: Zones 1, 3, and 5 of Isfahan). *Geographical Journal of Tourism Space*, 9(36), 111-130. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22518827.1399.9.36.7.0> (In Persian)
- Imeni Gheshlagh, S., & Arvand, P. (2016). Impacts of tourism on local economic development (Case Study: Imamzadeh Hashim Village, Saravan district, city of Rasht). *Tourism and Leisure Time*, 4(7), 76-91. https://tlj.usc.ac.ir/article_129847.html?lang=en (In Persian)
- Imeni Gheshlagh, S., & Tabatabaei Qomi, Z. (2021). Analysis of socio-cultural effects of tourism on the religious and historical destinations (Case study: Isfahan & Qom Cities). *Journal of Tourism and Development*, 10(2), 137-148. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.256357.2171>
- Karami Dehkordi, M., Mirakzadeh, A. A. & Ghiyasvand Ghiyasi, F. (2012). Analysis the Effective Factors on Improvement of Rural Tourism in viewpoint of Villagers of Chaharmahal-va-Bakhtiyari province. *Geography and Environmental Planning*, 23(1), 99-112. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085362.1391.23.1.7.5> (In Persian)
- Karoubi, M., & Jafari, M. (2014). Tourism Destination Image: A Review of Theories, Components, and Factors Influencing Formation. *The first international scientific-strategic conference on tourism development of the Islamic Republic of Iran, challenges and prospects*. Mashhad. <https://en.civilica.com/doc/338043/> (In Persian)
- Lewis, C., Kerr, G., & Burgess, L. (2013). A critical assessment of the role of fashion in influencing the travel decision and destination choice. *International Journal of Tourism Policy*, 5(1-2), 4-18. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2013.054052>
- Momeni, F., Arzeroom, S., & Honardoost, A. (2014). An Assessment of the Women's Situation in Development Economical, Social and Cultural Programs after Revolution. *Journal of Woman in Culture and Arts*, 6(1), 1-28. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/jwica.2014.51664>
- Nugraheni, A. I. P., Priyambodo, T. K., Sutikno, B., & Kusworo, H. A. (2020). The social dimensions' aspects of sustainable tourism development

- analysis: A systematic literature review. *Digital Press Social Sciences and Humanities*. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.44348>
- Ogunyemi, K. (2012). A Social Entrepreneurial Model from Nigeri. *Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(1), 137-148.
- Pirmohammadi, S., & Seyfoury, J., & Ghaderi, Sh. (2017). Social entrepreneurship, effective factors and its role in economic development (Emphasis on Kermanshah and Kurdistan Provinces). *First International Symposium on Economic Planning, Sustainable and Balanced Regional Development*. Polytechnic University of Sulaimani Kurdistan. (In Persian)
- Shojaei, M., Chitsaz, M. A., & Haghightain, M. (2020). The role of social entrepreneurship in socio-economic and cultural development of Shahrekord and Borujen industrial towns in Chaharmahal and Bakhtiari province. *Quarterly journal of Industrial Technology Development*, 18(42), 17-30. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.26765403.1399.18.42.17.9> (In Persian)
- Taghvaei, M., Varese, H., & Safarabadi, A. (2012). Effective factors in the development of urban tourism in Kermanshah. *Geography*, 10(33), 27-48. (In Persian) https://mag.iga.ir/article_705185.html?lang=en
- Varamesh, S., & Heidari Nia, S. (2019). The effects of ecotourism development on local communities and the conservation of natural resource areas. *The first international conference and the fourth national conference on conservation of natural resources and environment*. Ardabil. (In Persian) <https://en.civilica.com/doc/961363/>
- Valibeigi, H., & Panahi, F. (2008). Iran's Position in the Global Economy Compared to Selected Countries (From the Perspective of Human Development Indices, Economic Freedom, and Business Environment). *Bi-monthly Review of Commerce Studies*, 8(43), 27-42. (In Persian)
- Zafari Deh Kuhneh, Z. (2020). Spatial analysis of sustainable tourism development indicators (Case study of Chaharmahal and Bakhtiari Province). *Master's Thesis*. University of Isfahan. Isfahan. (In Persian)