

The Role of Factors Affecting the Development of Rural Women's Entrepreneurship in Sustainable Tourism Economy (A Case Study: Kandovan Village)

Ali Hassani¹ | Fatemeh Khadem²✉

1. Department of Tourism management, Faculty of Tourism, University of Science and Culture, Tehran, Iran. Email: Hassani@usc.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Tourism management, Faculty of Tourism, University of Science and Culture, Tehran, Iran. Email: dr.fatemehkhadem1401@stu.usc.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 10. 10. 2023
Revised: 04. 12. 2023
Accepted: 05. 12. 2023

Keywords:
Entrepreneurship
Development,
Rural Entrepreneurship,
Sustainable Economy,
Women's Entrepreneurship.

ABSTRACT

The decline of traditional economic activities in rural areas, particularly natural resources-based economies such as agriculture, has posed significant economic recession challenges in these regions. In this context, promoting entrepreneurship with a tourism-oriented approach can play a pivotal role in improving the income and economic conditions of rural residents. As an influential group in rural communities, women play a vital role in these developments. This research aimed to identify factors influencing the development of women's entrepreneurship in the sustainable economy of rural tourism in Kendovan village. The research was conducted as a descriptive study. The research design was based on the mixed-methods research approach, and the sample included 16 female entrepreneurs in Kendovan village selected non-randomly. Data and scenarios were analyzed using the fuzzy cognitive mapping technique, and the research model was designed by social network analysis. Factors underpinning the development of women's entrepreneurship in a sustainable tourism economy included intention and motivation for tourism entrepreneurship, financial support for rural tourism entrepreneurship, and an increase in opportunities for tourism entrepreneurship, which had higher centrality. Based on the results, recommendations have been proposed for developing rural women's entrepreneurship in the sustainable tourism economy of Kendovan village. These recommendations involve initiatives to encourage intention and motivation for entrepreneurship, financial support for rural tourism activities, and the creation of more opportunities in the field of tourism entrepreneurship for women.

Cite this article: Hassani, A., & Khadem, F. (2024). The Role of Factors Affecting the Development of Rural Women's Entrepreneurship in Sustainable Tourism Economy (A Case Study: Kandovan Village). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2 (4), 15-32.



DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2023.2013241.1056>
© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

نقش عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری (مورد مطالعه: روستای کندوان)

علی حسینی^۱ | فاطمه خادم^۲

۱. گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران. رایانامه: Hassani@usc.ac.ir
۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران. رایانامه: dr.fateme.khadem1401@stu.usc.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

تضعیف فعالیت‌های اقتصادی سنتی در مناطق روستایی به‌ویژه اقتصاد مبتنی بر منابع طبیعی همچون کشاورزی منجر به ظهور چالش‌های رکود اقتصادی در این مناطق شده است. در این سیاق، ارتقای کارآفرینی با رویکرد گردشگری به‌عنوان یک راهکار کلان می‌تواند نقش به‌سزایی در بهبود درآمد و شرایط اقتصادی مردم روستایی ایفا کند. زنان، به‌عنوان یک گروه تأثیرگذار در جوامع روستایی، نقش حیاتی در این تحولات دارند. این پژوهش با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان انجام شده است. پژوهش حاضر به‌عنوان یک مطالعه توصیفی انجام شده است. این تحقیق با استفاده از روش «تحقیق آمیخته» طراحی شده و نمونه آماری آن ۱۶ نفر از کارآفرینان زن در روستای کندوان بوده‌اند که به‌صورت غیرتصادفی انتخاب شدند. داده‌ها و سناریوها با استفاده از تکنیک نگاشت‌شناختی فازی تحلیل و مدل پژوهش با استفاده از تحلیل شبکه‌های اجتماعی طراحی شد. عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در اقتصاد پایدار گردشگری شامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری بودند که از مرکزیت بیشتری برخوردار بودند. با توجه به نتایج به‌دست آمده، پیشنهادهای جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان ارائه شدند. این شامل اقدامات برای تشویق قصد و انگیزه کارآفرینی، حمایت مالی فعالیت‌های گردشگری روستایی و ایجاد فرصت‌های بیشتر در حوزه کارآفرینی گردشگری برای زنان می‌شود.

نوع مقاله:
مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۹/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۱۴

کلیدواژه‌ها:

توسعه کارآفرینی،
کارآفرینی زنان،
کارآفرینی روستایی،
اقتصاد پایدار.

استناد: حسینی، علی. و خادم، فاطمه. (۱۴۰۲). نقش عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری (مورد مطالعه: روستای کندوان). مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۲ (۴)، ۳۲-۱۵.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2023.2013241.1056>



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

مقدمه

تضعیف فعالیت‌های اقتصادی سنتی در مناطق روستایی به‌ویژه اقتصاد مبتنی بر منابع طبیعی همچون کشاورزی، معادن و نظایر آن در طی چند دهه اخیر، جستجوی راه‌کارهای جدید برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی در مناطق روستایی را ضرورت بیشتری بخشیده است. توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی می‌تواند زمینه را برای ایجاد پویایی اجتماعی - اقتصادی فراهم سازد (باباخانزاده و لطفی، ۱۳۹۱).

گردشگری در قرن حاضر در زمینه رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است و آثار اقتصادی آن در اکثر کشورهای دنیا به‌وضوح قابل مشاهده است (Mallick et al., 2020) و از آن به‌عنوان عامل رشد اقتصادی یاد می‌کنند (Silva et al., 2018). به‌گونه‌ای که درحال حاضر صنعت گردشگری پس از صنایع خودروسازی، ساختمان و غذایی، چهارمین صنعت برتر جهان است. میزان مشارکت این بخش در تولید ناخالص داخلی جهان بیش از بخش‌هایی همچون خودروسازی و کشاورزی و مشارکت آن در اشتغال از خودروسازی نیز بیشتر است و می‌تواند به‌عنوان جایگزین اقتصاد وابسته به نفت در توسعه ملی و منطقه‌ای ایران سهم به‌سزایی داشته باشد (دهقانی و جمینی، ۱۳۹۹). گردشگری روستایی می‌تواند موجب تسهیل در فرآیند بازساخت اقتصادی مناطق روستایی و توسعه اقتصادی در روستاها شود (شاهسوند اینانلو، ۱۳۹۶).

گردشگری پایدار را می‌توان شامل محافظت از منابعی دانست که به‌منظور فعالیت‌های گردشگری، بر روی آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌گردد. در گردشگری پایدار، جوامع محلی کسب و کارهای خود را متناسب با آن تنظیم می‌کنند و ترویج محافظت از محیط‌زیست را عهده‌دار می‌شوند تا بتوانند داشته‌هایشان را حفظ نمایند و محل درآمد افراد بومی به صورت پایدار محفوظ شود (Elzek et al., 2020). اهمیت اقتصادی و اشتغال‌زایی گردشگری به‌اندازه‌ای است که می‌تواند به‌عنوان موتور اقتصادی هر کشوری شناخته شود. در این راستا، از میان مزایای بی‌شمار گردشگری، مهمترین منبع برای اشتغال‌زایی در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و محلی را می‌توان نام برد (Manzoor et al., 2019). به‌بیان دیگر، گردشگری به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان، نقش یک عامل کاتالیزور را برای سایر صنایع ایفا می‌کند و جذب گردشگران، جذب ارزهای خارجی و ورود سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را به‌همراه دارد (Henama et al., 2016; Strydom et al., 2019). گردشگری یک فرایند دینامیک و مشتمل بر عناصر متعددی است که فرصت‌های جدیدی را در کشورهای مقصد ایجاد می‌کند و در بسیاری از مقاصد به‌عنوان شتاب‌دهنده تحولات اقتصادی در نظر گرفته می‌شود (Liu & Wall, 2006). می‌توان اذعان داشت که با جذب گردشگران؛ درآمد ارزی کشور هدف بیشتر می‌گردد، زمینه‌های تعاملات اجتماعی و فرهنگی بین کشورهای دیگر مهیا می‌شود، توسعه منابع انسانی و حمایت از سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم (دولتی و خصوصی) فراهم می‌شود، حمایت کافی از بخش خصوصی و تشویق به سرمایه‌گذاری در بخش‌های دیگر نیز حاصل می‌شود (Jaelani et al., 2020).

با این وجود، توسعه گردشگری پایدار در عمل و به لحاظ نظری به‌دلیل وابستگی گردشگری به اقتصاد سیاسی بین‌المللی و سیستم‌های پیچیده خارجی و همچنین نگاه رو به درون در فرآیند مدیریت مقصد، دستیابی به این اصول را تا حدی غیرممکن می‌سازد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۶؛ عباسی و همکاران، ۱۳۹۹). توسعه پایدار روستایی، یکی از معیارهای اصلی توسعه‌یافتگی جوامع در سال‌های اخیر، به‌دنبال ارائه شیوه‌های مناسب زندگی از طریق حفظ و تقویت قابلیت‌های طبیعی و انسانی و همچنین کاهش محدودیت‌ها در سطح روستاها است. در روستاها تعداد زیادی از عوامل انسانی مولد، منابع طبیعی و اقتصادی وجود دارند که می‌توانند در پیشرفت جامعه نقش مهمی ایفا کنند. رسیدن به توسعه‌ای برابر و پایدار در جامعه، بدون در نظر داشتن زنان روستایی، امری دست‌نیافتنی است (حجازی زاده و همکاران، ۱۳۹۲).

امروزه گردشگری روستایی یکی از فعالیت‌هایی است که به‌دلیل تنوع در مشاغل، می‌تواند زمینه اشتغال و توسعه کارآفرینی زنان روستایی را فراهم کند (یاسوری و وطنخواه کلورزی، ۱۳۹۴). کارآفرینی زنان روستایی نیازمند آموزش رسمی و حرفه‌ای

نیست، بلکه دانش و تخصص تجربی که از نسل‌ها به نسل‌ها منتقل شده کافی است؛ بنابراین، از یک طرف، حمایت‌های دولتی باید به این کارآفرینان زن در مناطقی که آن‌ها کمبود دانش دارند، هدایت شود مانند به اشتراک گذاشتن تخصص (به‌عنوان مثال، مدیریت و بازاریابی) و از سوی دیگر حمایت دولت در ایجاد یک فرهنگ کارآفرینی برای زنان روستایی می‌تواند، هماهنگی بین ذی‌نفعان، از جمله بازیگران اصلی و عوامل دیگر را تسهیل کند، به این معنی که رویداد کارآفرینی در زنان روستایی که نیاز به ریسک‌پذیری دارد، با نوآوری و رویکردهای جدید بتواند پیشرفت بیشتری در جوامع روستایی ایجاد کند. علاوه بر این، موفقیت اقدامات کارآفرینی زنان بستگی به همکاری و ایجاد شبکه‌ها در میان بازیگران مختلف (افراد، نمایندگی‌های عرضه و سازمان‌ها) دارد که در جوامع روستایی زندگی می‌کنند (Pato, 2015). کارآفرین زن روستایی را می‌توان شخصی دانست که با ایجاد نوآوری در اکثر کالاهای اجتماعی، تغییرات کلی در فضای روستا ایجاد می‌کند. در حال حاضر ۴۶۵ روستای هدف گردشگری در ایران شناسایی و ثبت شده است که پیش‌بینی می‌شود به یک هزار روستا افزایش یابد، اما آمار رسمی از تعداد زنان کارآفرین در این روستاهای مطرح در آمارهای رسمی ذکر نشده است (شیرمحمدی و معاونی، ۱۴۰۰).

بررسی‌ها نشان می‌دهد که با افزایش تنوع اقتصادی در روستاها، پایداری اقتصادی در سکونتگاه‌هایی که از تنوع شغلی بالاتری برخوردار بوده‌اند، به مراتب بیشتر از بقیه سکونتگاه‌ها هست؛ بنابراین، جستجوی راهکارهای تنوع‌بخشی سکونتگاه‌های روستایی به‌عنوان یک ضرورت به‌شمار می‌آید. در روستاهای ایران به‌علت تنوع شرایط محیطی و فرهنگی قابلیت‌های زیادی در زمینه گردشگری ایجاد شده است که این امر در تنوع‌بخشی اقتصادی روستاها نقش مهمی دارد (رنجبری و استعلاجی، ۱۳۹۳). روستای کندوان در منطقه کوهستانی و سردسیر آذربایجان، در ارتفاع بیش از دو هزار و دویست متر در دامنه شمالی کوه سه‌سهند قرار دارد. این روستا یکی از سه روستای صخره‌ای و تاریخی جهان به‌شمار می‌رود و از این که زندگی عادی در خانه صخره‌ای موجود در آن هنوز هم ادامه دارد، در نوع خود بی‌نظیر و منحصر‌به‌فرد می‌باشد و به روستاهای مشابه خود در منطقه داکوتای آمریکا و کاپادوکیای ترکیه (روستای گورمه) فوق‌العاده مزیت دارد (ایمنی قشلاق و همکاران، ۱۳۹۱). پایه‌های اقتصادی اهالی روستای کندوان بر سه عنصر کشاورزی، دامداری و صنایع دستی استوار است که از آن میان، اهمیت دامداری بیشتر است. عمده‌ترین محصولات زراعی کندوان، به‌ترتیب اولویت، عبارتند از گندم، جو، نباتات علوفه‌ای، حبوبات و سیب‌زمینی که بیشتر به صورت دیم کاشته می‌شوند. در تمام خانواده‌های این روستا، صنایع دستی با تنوع بسیار متداول است و برای آن‌ها، جنبه مکمل درآمد دارد. فرش، گلیم، جاجیم و قالی را می‌توان از مهم‌ترین صنایع دستی کندوان برشمرد. علت اصلی انتخاب روستای کندوان وجود نوعی معماری خاص (معماری صخره‌ای) برگرفته از منظر بومی آن منطقه بوده است که در شکل‌دهی این روستا، نقش اساسی دارد. این معماری کم‌نظیر رابطه انسان با طبیعت را به‌زیبایی نمایان می‌سازد. منظر روستای کندوان، با ظاهر متفاوت آن، الگویی ساده از طبیعت و جغرافیای منطقه و پاسخگوی نیازهای اساسی مردمان است که فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگ زیستی آن‌ها با دیگر نقاط ایران متفاوت است. در این راستا، همان‌گونه که در قسمت مقدمه می‌توان بیان داشت که کمترین توجه در زمینه گردشگری؛ معطوف به فعالیت‌های زنان روستایی است و از این‌رو به‌عنوان یک خلاء مطالعاتی مورد توجه نویسندگان قرار گرفته است. به‌همین منظور، هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان است. پس از شناسایی عوامل مؤثر، سعی شده است تا رتبه‌بندی این عوامل انجام گیرد و براساس اهمیت هر کدام، پیشنهاد کاربردی ارائه گردد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اشتغال یکی از مهمترین شاخص‌های توسعه اقتصادی پایدار است که تأثیر مهمی در کاهش آسیب‌های اجتماعی دارد. اثرات ناشی از فعالیت گردشگری در بازار کار و تامین اشتغال به‌عنوان یکی از مباحث مهم اقتصادی مربوط به صنعت گردشگری مورد

توجه بوده است (Khan et al., 2020). انواع خدمات گردشگری تقریباً در هر مقیاس قابل توجهی، به اشتغال نیروی کار به طور مستقیم و غیرمستقیم نیازمند است. براین اساس با توسعه گردشگری در مکان‌های مختلف، زمینه‌های ایجاد اشتغال فراهم می‌آید و این زمینه‌ها از آثار مهم و کلیدی توسعه گردشگری به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه به‌شمار می‌آیند. گردشگری به‌صورت یک بخش فعال اقتصادی می‌تواند از عامل نیروی کار بیشتر از سایر عوامل استفاده کند و موجبات بالا بردن سطح اشتغال را فراهم آورد (Diakonidze, 2019).

صنعت گردشگری به‌علت خاصیت اشتغال‌زایی و سودآوری نسبتاً سریع، بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است و محققان، گردشگری را نتیجه سرمایه‌داری می‌دانند. طبیعتاً در صنعت گردشگری، سرمایه هر کشوری همان جاذبه‌های توریستی آن کشور است که می‌تواند شامل جاذبه‌های تاریخی (مانند محل‌ها و نواحی جالب باستان‌شناسی، آثار و ابنیه تاریخی، موزه‌ها و غیره)، جاذبه‌های فرهنگی و سنت‌ها (مانند مظاهر فرهنگ جدید، زندگی روزانه، موسسات سیاسی و فرهنگی، مکان‌های دینی، جشنواره‌های ملی، هنر و صنایع دستی، موسیقی و غیره)، مناظر زیبا (مانند دورنماهای چشم‌گیر و نواحی زیبای طبیعی، پارک‌های ملی، حیات وحش حیوانات و پرندگان، سواحل دریا و غیره)، مراکز پذیرایی و تفریحات و سایر جاذبه‌های دیگر است. مسلماً عرضه این جاذبه‌ها مستلزم سرمایه‌گذاری است و هر کشور با توجه به موقعیت خود می‌تواند از جاذبه‌های توریستی در بخش گردشگری بهره‌مند شود. گردشگری به تحقیق مؤثرترین عامل جذب و حرکت سرمایه‌ها، به ویژه سرمایه‌های سرگردان و فعال در زمینه‌های غیرتولیدی و زیان بخش است که علاوه بر رونق بخشی در گردشگری، سایر بخش‌های دیگر از جمله کشاورزی و صنعت را تقویت می‌کند (Olimovich, 2020; Andersson & Getz, 2009).

از طرفی دیگر، گردشگران را می‌توان یکی از منابع مهم تامین ارز برای کشورهای توریستی دانست و با اتخاذ سیاست پایین آوردن نرخ برابری پول، حمایت از گردشگری داخلی و خدمات و تولیدات ملی تقویت می‌شود. آزادسازی و واقعی شدن قیمت ارزی، رغبت گردشگران خارجی به ورود به کشور مقصد را بیشتر می‌کند و براین اساس کسب‌وکارهای گردشگری رونق بیشتری می‌یابند. امکانات و کیفیت خدمات گردشگری نیز به تبع افزوده خواهد شد. براین اساس اتخاذ سیاست‌های اقتصادی مناسب در این زمینه تأثیر به‌سزایی در شکوفایی صنعت گردشگری خواهد داشت (Samirkaş & Samirkaş, 2016; Ganchev, 2014).

گردشگری روستایی راهکاری است که آثار اقتصادی مهمی دارد و به‌نوعی به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی و کاهش مهاجرت کمک می‌کند. توسعه گردشگری راهبردی برای توسعه روستایی نسبتاً تفکر جدیدی است که سیاست‌گذاران محلی در جوامع روستایی به اهمیت این راهبرد پی برده‌اند. علاوه براین، توسعه صنعت گردشگری در نواحی روستایی راهبرد جدیدی در جوامع محلی است و از دید عوامل سیاسی و برنامه‌ریزان عوامل مهم اصلاح مناطق روستایی به‌شمار می‌آید و در توسعه این نواحی نقش عمده‌ای دارد. مضاف بر این، یکی از بزرگترین منافع صنعت گردشگری در نواحی روستایی ایجاد درآمد و دستمزد برای افراد شاغل در این صنعت است، که اغلب آن‌ها را افراد محلی و بومی تشکیل می‌دهد (شاهی‌پور و مجتبی‌زاده، ۱۳۹۵). تحولات کنونی در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستاهای ایران، علی‌رغم پیامدهای مثبتی که جهت بهبود شرایط زیست در روستاها داشته، سبب گردیده تا از نقش فعال زنان در عرصه تولید کاسته شود. از سوی دیگر، با توجه به شرایط اقتصادی و تغییرات فرهنگی و اجتماعی، زنان روستایی تمایل زیادی برای اشتغال دارند و ارتقاء سطح تحصیلات زنان به این موضوع دامن می‌زند. گردشگری از جمله فعالیت‌هایی است که قابلیت بالایی برای ایجاد اشتغال، خصوصاً برای زنان دارد (غنیان و فتوتی، ۱۳۹۲).

در اکثر کشورهای مختلف توجه خاصی به افراد موفق و کارآفرینان می‌شود و تقویت نوآوری‌ها و موفقیت‌ها و ایجاد بستر مناسب برای این امر از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها و به‌ویژه کشورهای درحال توسعه به‌شمار می‌آید؛ زیرا فعالیت کارآفرینی با اثربخشی زیاد منجر به توسعه اقتصادی (ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت‌پذیری و غیره) می‌شود (Otto,

(2009). در همین رابطه دیوید مک کلاند معتقد است که عامل عمده عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت های فردی است؛ بنابراین، در جوامع روستایی، افراد موفق در مقام کارآفرین، می توانند عوامل مختلف تولید را گرد آورند و با تلاش و کوشش های خلاقانه خود فعالیت ها را به موفقیت سوق دهند. بدیهی است که انگیزه فعالیت های کارآفرینی نفع شخصی است، اما ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی در سطح محلی (روستا)، منافع منطقه ای و ملی را نیز به دنبال دارد (ورکیانی پور و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از مهم ترین عواملی که در ایجاد و تنوع درآمدی مناطق روستایی کشور در وضع موجود و آینده می تواند بسیار مؤثر واقع شود، کارآفرینی روستایی است. ایجاد توانایی درک تغییرات و کشف فرصت ها، مشارکت و کارگروهي، خلاقیت و نوآوری، روحیه استقلال طلبی و مسئولیت پذیری، مخاطره پذیری و مخاطره جویی، از عناصر اصلی سازنده گسترش کارآفرینی در روستاها است. با این حال، درک کارآفرینی روستایی و عوامل مؤثر بر آن به دلیل برخی عوامل برخاسته از ماهیت روستا و زندگی روستایی به عنوان محیط کارآفرینی، مشکل تر است. کارآفرینی روستایی را در سه گزاره زیر تعریف می کنند:

الف) نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به تقاضاهای بی پاسخ در بازار بسیج می کند؛

ب) توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ؛

ج) فرآیند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره گیری از یک فرصت (رضایی، ۱۳۹۶).

در زمینه کارآفرینی زنان با توجه به محدودیت تحقیقات، تعاریف ارائه شده در این باره محدود است. کارآفرینی زنان فعالیتی است که در زمینه خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب و کارهایی با مالکیت انحصار صورت می گیرد. زنان کارآفرین زمانی هستند که به تنهایی یا با مشارکت، کسب و کاری ایجاد می کنند و با قبول خطرهای مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی با خلاقیت و نوآوری، محصولات جدیدی را تولید می کنند تا در بازار بر رقبای غلبه کنند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸). عوامل مرتبط با کارآفرینی از دیدگاه های مختلفی بررسی شده است.

نظریه پردازان اقتصادی شرایط و عوامل اقتصادی را موجب کارآفرینی می دانند. در نظریه های اقتصادی، بیشتر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا، ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، تحمل عدم قطعیت، داشتن مهارت های مدیریتی، جابجایی منابع اقتصادی براساس اصول بهره وری، آگاهی از فرصت های سودآور و کشف نشده، اشاره کرده اند.

در مقابل نظریه های روان شناسان برای توسعه کارآفرینی، ویژگی های روان شناختی کارآفرینان از جمله مخاطره پذیری، میل به استقلال طلبی، اعتماد به نفس، ویژگی های انگیزشی و شخصیتی و پشتکار را شرط لازم برای کارآفرین می دانند (Chowdhury, 2007). اما در رویکرد رفتاری، علاوه بر ویژگی های شخصیتی، عوامل محیطی و ویژگی های رفتاری فرد نیز مورد توجه قرار می گیرد. در نظریه های جامعه شناسی، چنین بحث می شود که ساختارهای اجتماعی در دسترسی زنان به فرصت های کارآفرینی تأثیر می گذارند. در نهایت، شرایط محیطی یا محیط کارآفرینی شامل عوامل اقتصادی، سیاسی، صنعتی، جمعیتی و فرهنگی شناخته شده در جهت ایجاد یا تضعیف فرصت های کارآفرینی و دسترسی به تسهیلات و خدمات حمایتی، که فرآیند راه اندازی را تسهیل می کنند، مؤثرند (رستمعلی زاده و علی جمعه زاده، ۱۳۹۷). در نظریه رفتاری، کارآفرینی یکی از وسیله های اساسی ارزش آفرینی شناخته شده است. طرفداران نظریه رفتاری، فرآیند کارآفرینی را فرآیندی پیچیده دانسته که به شدت تحت تأثیر محیط و زمینه ها است (یاسوری و نوروزی نژاد، ۱۴۰۰). افزون بر این، مطالعات متعددی به شیوه های گوناگون بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی تأکید کرده اند که در ادامه به برخی از آنان اشاره شده است.

یاسوری و نوروزی نژاد (۱۴۰۰) که به شناسایی عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی و طبقه بندی آن ها از لحاظ ارزش و اهمیت پرداختند، به این نتیجه دست یافتند که سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی، شرکت در دوره های آموزشی

کارآفرینی، کسب درآمد، عامل عضویت در گروه‌های ثانویه، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی و عامل حمل و نقل به عنوان مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی می‌باشد. بادزبان و همکاران (۱۳۹۹) با بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر عملکرد فعالیت‌های کسب‌وکارهای زنان روستایی، به این نتیجه دست یافتند که شرکت در کلاس‌های آموزشی، تأثیر مطلوبی بر انگیزه، مهارت، آگاهی و دانش کارآفرینی زنان روستایی دارد. احمدی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی کشور پرداختند. نتایج حاکی از آن است که توسعه کارآفرینی زنان روستایی امری پویا و چندوجهی بوده که نیازمند توجه همزمان به عوامل فردی چون نیروی انسانی خلاق، حمایت‌های مالی و اقتصادی از زنان روستایی، عوامل فرهنگی و آموزشی و ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور می‌باشد. حسینی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی ضمن بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی در شمال استان تهران، به این نتیجه دست یافتند که رابطه معناداری میان عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی - مالی، اجتماعی - فرهنگی و سیاسی - قانونی با موفقیت کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد که از بین این عوامل بیشترین تأثیر در موفقیت کارآفرینی زنان روستایی، مربوط به عوامل اقتصادی - مالی است.

پولاس و همکاران (Polas et al., 2020) در مطالعه‌ای عوامل مؤثر در سطح فردی بر قصد کارآفرینی پایدار زنان روستایی در بنگلادش را مورد بررسی قرار دادند. نتایج آن‌ها ارتباط مثبت و معناداری بین توانایی درک‌شده و ادراک اجتماعی با قصد تبدیل شدن به یک کارآفرین پایدار را نشان داد. همچنین، در تحقیق آن‌ها هیچ ارتباط متعارفی بین شایستگی‌های فردی زنان و قصد آن‌ها برای کارآفرین شدن وجود نداشت. کورتگ سفر (Kurtege Sefer, 2020) ارائه یک چارچوب جدید و حساس به جنسیت در مورد کارآفرینی زنان روستایی با تمرکز بر تعاونی‌های کشاورزی زنان در ترکیه را مورد بررسی قرار داد. نتایج تحقیق حاکی از تأثیر عوامل کلان، میانی و خرد به عنوان سکوی پرشی برای آشکار کردن فرآیندهای جنسیتی در کارآفرینی زنان روستایی در ترکیه بود. همچنین، نتایج نشان داد که با تکیه بر تئوری متقاطع، عوامل چندلایه‌ای که از طریق تعاونی‌ها به ضرر زنان روستایی عمل می‌کنند، به‌عنوان سیاست‌گذاری، اجرای سیاست‌ها و تجربیات روزمره آشکار می‌شوند. پیشنهادات ارائه شده در تحقیق مورد مطالعه برای سیاست‌گذاران و مجریان، نیاز به درک جامع و یکپارچه از کارآفرینی زنان روستایی و تدوین مجدد سیاست‌ها در سطح ایالت‌ها بوده است. رودهامبو و همکاران (Rudhumbu et al., 2020) به بررسی چالش‌ها و فرصت‌ها برای زنان کارآفرین در بوتسوانا پرداختند. یافته‌های آن‌ها نشان داد در حالی که زنان کارآفرین با چالش‌های متعددی مواجه می‌باشند، محیط قانونی و مقرراتی در بوتسوانا بسیار مساعد و حمایت‌کننده از کارآفرینی زنان بوده و آموزش کارآفرینی فرصت‌هایی را برای زنان کارآفرین فراهم کرده تا از این طریق دانش و مهارت‌های فنی خود را افزایش دهند. لی و همکاران (Li et al., 2019) علل و عوامل جنسیتی مؤثر بر کارآفرینی زنان در مناطق روستایی پاکستان را مورد بررسی قرار دادند. نتایج آن‌ها نشان داد که تبعیض جنسیتی با فقدان تحصیلات زنان و دسترسی به سرمایه ارتباط مثبتی دارند و از علل اصلی کارآفرینی زنان در مناطق روستایی پاکستان هستند. از طرفی، بی‌سوادی، محدودیت‌ها، وضعیت پایین، نقش زنان در تصمیم‌گیری، در مراحل اولیه ازدواج، بی‌توجهی دولت، حمایت خانواده، فرهنگ و سنت و تسلط مردان در بازارها از عوامل اصلی بازدارندگی زنان برای کارآفرینی هستند.

با بررسی مطالعات انجام شده، می‌توان نتیجه گرفت که جای مطالعه‌ای که با استفاده از روش «تحقیق آمیخته» به بررسی نقش عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان پرداخته شده باشد، خالی است. با توجه به این خلاء مطالعاتی، انجام مطالعه پیش‌رو حائز اهمیت است و مطالعه حاضر سعی داشته است تا با این رویکرد، نقش عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی را مورد بررسی قرار دهد.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه از نوع توصیفی است. از منظر روش‌شناسی این تحقیق براساس روش «تحقیق آمیخته» انجام می‌شود، که طی چهار گام انجام شده است. در مرحله اول بر اساس نتایج مطالعه کتابخانه‌ای در خصوص مبانی نظری و پیشینه پژوهش چارچوب مفهومی اولیه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری در روستای کندوان استخراج شد. در این پژوهش از دو جامعه آماری نمونه‌گیری شد.

نمونه اول را ده نفر از خبرگان که شامل پنج نفر از اساتید رشته مدیریت گردشگری و پنج نفر از کارآفرینان روستایی بودند که به صورت غیرتصادفی انتخاب شدند و مورد مصاحبه قرار گرفتند. در این مرحله ۱۶ عامل توسط مرور ادبیات و پیشینه پژوهشی به دست آمد که در نتیجه آن از فهرست تهیه شده تعدادی از عوامل حذف، ادغام یا اضافه شدند. در نهایت، تعداد ۱۳ عامل مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. مبنای توافق نیز معنادار بودن مفاهیم در حوزه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان بود. ۱۳ عامل نهایی مورد تأیید خبرگان عبارتند از:

«وجود تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و پایدار، فناوری‌های ساخت و سازهای سازگار با محیط‌زیست، برخورداری از دانش تخصصی کارآفرینی گردشگری، قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی، اعمال معافیت و تخفیفات مالیاتی، آموزش مهارت کارآفرینی گردشگری روستایی، ارائه کالا یا محصول نوآورانه و پایدار، افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری، سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی، ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور».

نمونه دوم، شامل ۱۶ نفر از کارآفرینان زن در روستای کندوان بودند که برای مشارکت در ساخت مدل انتخاب شدند. در گام دوم فرآیند مدل‌سازی کیفی، استخراج و تحلیل نقشه علی خبرگان مد نظر بود؛ به همین منظور، پرسشنامه ماتریسی از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان تهیه و به کارآفرینان زن ارائه گردید. خبرگان با نمره‌دهی از -۱ تا +۱ چگونگی ارتباط بین عوامل و شدت هر یک از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان را نشان داده و به این ترتیب ماتریس را تکمیل نمودند؛ بر این اساس، مدل ذهنی هر خبره به دست آمد. سپس نقشه علی هر خبره در نرم‌افزار FCMapper ترسیم شد و برای اطمینان از دقت فرآیند ثبت و استخراج مدل ذهنی خبرگان، نقشه علی ترسیم شده به تأیید خبرگان مربوط رسید. پس از آن که مدل ذهنی خبرگان تعیین و سپس نقشه نگاشت شناختی فازای توسط نرم‌افزار Ucinet6 ترسیم شد. در روش نگاشت شناختی فازای با توجه به کیفی بودن حیطه نگاشت‌های شناختی و از سوی دیگر با در نظر گرفتن توان کمی‌سازی منطق فازای، وزن‌های فازای برای نگاشت‌ها تعریف می‌شوند. بر مبنای تعریف (Kosko, 1986)، نگاشت‌ها با یک نمودار گرافیکی هدایت شده با هدف نمایش روابط علت و معلولی میان عوامل ترسیم می‌شوند تا رابطه میان هر یک جفت عامل در مدل مورد بررسی را با عددی در بازه [۱ و -۱] مشخص کنند؛ بنابراین، قواعد نگاشت‌های ادراکی، با به‌کارگیری اعدادی بین صفر و یک (و یا بین منفی یک و صفر)، یا کلمات وزنی مانند کمی، بیشتر یا کمتر؛ از نگاشت‌های شناختی به نگاشت شناختی فازای تبدیل می‌شوند (Kosko, 1986). روش نگاشت شناختی فازای برای بازنمایی دانش مبتنی بر منطق فازای است که بیشترین کاربرد را در مطالعات نگاشت شناختی و منطق فازای دارد. روش نگاشت شناختی فازای برای مسائل پیچیده انسانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که با استفاده از اصول نگاشت شناختی فازای می‌توان به گراف‌های جهت‌داری برای تفهیم حل مسائل دست پیدا کرد و مساله اولیه را به صورت یک مدل کاربردی ارائه کرد. در واقع، نگاشت شناختی فازای، تصویری علی پارامترها را رسم می‌کند و حقایق، اشیاء و فرآیندها را به ارزش‌ها، سیاست‌ها و اهداف ارتباط می‌دهد. همچنین، چگونگی اعمال متقابل و نحوه عملکرد واکنش‌های پیچیده را پیشگویی می‌کند (Felix et al., 2019; Benhamed et al.).

پس از تعیین وزن نهایی هر رابطه که از ادغام نظرات خبرگان به دست می‌آید؛ وزن متعلق به هر رابطه را می‌توان دی‌فازی کرد و وزن عددی برای هر رابطه را در بازه $[۱، -۱]$ به دست آورد که بیانگر درجه علیت بین دو مفهوم یا گره است. براین اساس، ماتریس اهمیت روابط با استفاده از وزن‌های دی‌فازی شده بین پارامترها؛ تشکیل می‌گردد و هر گره می‌تواند ارزشی در بازه $[۰، ۱]$ داشته باشد که به معنی سطح فعال بودن آن گره است. در روش نگاشت شناختی فازی برای هر گره، یک مقدار ارزش اولیه تعریف می‌شود و ارزش اولیه تمامی عناصر نگاشت در قالب بردار سطری ارزش اولیه نمایش داده می‌شود (Kosko, 1986). نگاشت شناختی فازی، شبیه‌سازی رفتار سیستم موردنظر را رصد می‌کند و در هر مرحله از شبیه‌سازی، با اسفاده از رابطه زیر؛ بردار ارزش گره‌های نگاشت را محاسبه می‌کند. این فرآیند تا زمانی که شبیه‌سازی به حالت پایدار برسد، ادامه می‌یابد.

$$A_i^{(t+1)} = f(A_i^{(t)} + \sum_{\substack{j=1 \\ j \neq i}}^N A_j^{(k)} \cdot E_{ji})$$

$A_i^{(t+1)}$ نشان‌دهنده ارزش گره i در تکرار $(t+1)$ ام است. A_i و A_j بیانگر ارزش گره i و j در تکرار t ام هستند. E_{ij} نیز بیانگر وزن رابطه علی بین گره C_i و C_j است و f تابعی زیگموییدی است که ارزش گره‌ها را در بازه $[۰، ۱]$ نگه می‌دارد (Kandasamy & Smarandache, 2003).

برای بررسی امکان ادغام نقشه‌های شناختی خبرگان روابط بین ویژگی‌های شخصی خبرگان (جنسیت، سن، سابقه کار، میزان تحصیلات) و شاخص‌های پیچیدگی و قلمرو نقشه علی آن‌ها از آزمون اسپیرمن استفاده شد. همچنین، برای بررسی تأثیر ویژگی شخصی خبرگان بر شاخص قلمرو نقشه علی و روابط بین آن‌ها از آزمون ناپارامتری Kruskal-Wallis استفاده شد. دلیل استفاده از این آزمون، کم بودن تعداد داده‌ها و خبرگان است.

سپس آزمون U Mann-Whitney برای جنسیت وجود دو نمونه مستقل در حالت ناپارامتری به کار گرفته شد و با استفاده از دو روش همبستگی QAP و شاخص نسبت فاصله، درجه تشابه یا عدم تشابه بین نقشه علی خبرگان تعیین شد. در تمامی آزمون‌های نامبرده شده سطح خطای کوچکتر از ۵ درصد در نظر گرفته شد.

در مرحله سوم، نقشه ادغامی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان با استفاده از ماتریس دی‌فازی نهایی حاصل از نرم‌افزار FCMapper نسخه یک و ترسیم مدل پژوهش توسط نرم‌افزار Ucinet ورژن ۶ انجام و تحلیل‌های لازم مدل کیفی برای آن ارائه شد و در مرحله چهارم میزان مرکزیت، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل مشخص و مطابق با آن‌ها سناریوهایی جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان بر روی مدل شبیه‌سازی و نتایج آن‌ها به کمک نرم‌افزار FCMapper1 بررسی شد. نرم‌افزار مورد استفاده برای انجام نگاشت شناختی فازی Fcmapper1 و تحلیل شبکه‌های اجتماعی UCINET6 بود. در این پژوهش توافق بین کدگذاران به دست آمده است که به معنی تأیید پایایی این تحقیق است.

یافته‌ها

قبل از ارائه و تحلیل نتایج حاصل شده، آماره‌های توصیفی مرتبط با ویژگی‌های شخصی خبرگان مورد تحلیل قرار می‌گیرد. بدین ترتیب ویژگی‌های شخصی از قبیل جنسیت، سن، سابقه فعالیت در حوزه کارآفرینی، میزان تحصیلات در جدول زیر ارائه شده‌اند.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی مرتبط با ویژگی‌های شخصی خبرگان

نام متغیر	تعداد	میانگین (انحراف معیار)	حداقل	حداکثر
متغیرهای سن (سال)	۱۰	۳۸ (۱۴/۵۲)	۲۳	۵۹
کمی سابقه فعالیت کارآفرینی (سال)	۱۰	۷/۵ (۶/۲۳)	۲	۱۷
نام متغیر	تعداد	فراوانی (درصد فراوانی)		
جنسیت (مونث = ۰؛ مذکر = ۱)	۱۰	فراوانی جنسیت مؤنث = ۶ نفر (۶۰ درصد) فراوانی جنسیت مذکر = ۴ نفر (۴۰ درصد)		
متغیرهای میزان تحصیلات		فراوانی تا دیپلم = ۱ نفر (۱۰ درصد)		
کیفی (تا دیپلم = ۱؛ دیپلم تا کارشناسی = ۲؛ کارشناسی ارشد تا دکتری = ۳؛ مقاطع تحصیلی بالاتر = ۴)	۱۰	فراوانی دیپلم تا کارشناسی = ۱ نفر (۱۰ درصد) فراوانی کارشناسی ارشد تا دکتری = ۳ نفر (۳۰ درصد) فراوانی مقاطع تحصیلی بالاتر = ۵ نفر (۵۰ درصد)		

بر اساس جدول ۱، ۶۰ درصد از خبرگان را خانم‌ها تشکیل می‌دهد که از ده نفر انتخاب شده، فراوانی آن‌ها ۶ نفر است. میانگین سنی خبرگان نیز برابر با ۳۸ سال است که کمترین میزان سن برابر با ۲۳ سال و بیشترین میزان سن برابر با ۵۹ سال بوده است. سابقه فعالیت خبرگان نیز برحسب فعالیت در حوزه‌های کارآفرینی به‌طور میانگین برابر با ۷/۵ سال بوده است که بیشترین میزان سابقه فعالیت برابر با ۱۷ سال و کمترین میزان برابر با ۲ سال بوده است. همچنین، حداقل میزان تحصیلات خبرگان برابر با مقطع دیپلم (با فراوانی یک نفر) و بالاترین مقطع تحصیلی برابر با دکتری و بالاتر با فراوانی ۵ نفر) بوده است. از جدول ۱، می‌توان این استنتاج اولیه را برداشت نمود که بیشترین درصد خبرگان، میزان تحصیلات بالاتری داشته‌اند و میانگین سنی آن‌ها نیز با توجه به میانگین ۳۸ سال گویای داشتن سابقه فعالیت چندساله در حوزه کارآفرینی است.

پس از بیان آماره‌های توصیفی از خبرگان، آزمون‌های موردبررسی شده در مطالعه حاضر ارائه می‌گردد که نتایج آن‌ها به شرح زیر ارائه می‌گردند.

بر اساس نتایج به‌دست آمده از آزمون اسپیرمن، بین متغیرهای شاخص پیچیدگی (تعداد روابط، چگالی روابط، چگالی نقشه) و شاخص قلمرو (کل شدت روابط) با ویژگی‌های شخصی خبرگان رابطه معناداری وجود نداشت؛ بنابراین، با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان بیان داشت که بین ویژگی‌های شخصی خبرگان با شاخص پیچیدگی و شاخص قلمرو رابطه معناداری وجود ندارد که بتواند نتایج را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین، با توجه به این‌که در آزمون Kruskal-Wallis در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ تفاوت معنی‌داری وجود داشت؛ بنابراین، بین میزان چگالی شدت روابط در بین سطوح تحصیلی مختلف، سابقه کار و سن تفاوتی وجود ندارد. در آزمون U Mann-Whitney با توجه به این‌که سطح معناداری ۰/۷۸ بود؛ بنابراین، بین میزان چگالی شدت روابط در بین زنان و مردان تفاوتی وجود ندارد. براین اساس، می‌توان بیان داشت که بین ویژگی‌های شخصی خبرگان با نتایج حاصل شده رابطه معناداری وجود ندارد و نتایج در شرایطی کاملاً بی‌طرفانه (از منظر ویژگی‌های شخصی خبرگان) استخراج شده‌اند. بررسی نتایج حاصله مربوط به تحلیل همبستگی QAP (داده‌های شباهت) و نسبت فاصله (داده‌های تفاوت) بین نقشه‌های علی خبرگان نشان داد بین نقشه‌های علی هر گروه از خبرگان تفاوت معنادار وجود ندارد. به عبارتی دیگر، پاسخ‌های هر فرد صرفاً منحصر به همان فرد بوده و تحت تأثیر پاسخ دیگران قرار نگرفته است.

با توجه به نتایج بررسی‌های آزمون‌های فوق ادغام نقشه‌های شناختی خبرگان بلامانع تشخیص داده شد. ماتریس دی‌فازی نقشه‌های ذهنی خبرگان در جدول ۲، نشان داده شده است.

جدول ۲. ماتریس میزان فاصله بین نقشه علی ادغامی خبرگان مستخرج از نرم‌افزار FCMapper

نقشه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱	۰	۰/۴	۰/۲	۱	۰/۸	۰	۰/۶	۰/۳	۱	۰	۰	۰/۶	۰/۷
۲	۰/۶	۰	۱	۰/۸	۰/۴	۰	۰/۲	۱	۰/۶	۰	۰	۰/۴	۰/۳
۳	۰/۸	۰/۳	۰	۱	۰/۵	۰	۱	۰/۶	۰/۴	۰/۳	۰	۰/۸	۰
۴	۰/۵	۰/۶	۰/۵	۰	۰/۳	۰	۰/۹	۰/۵	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰	۰
۵	۰/۹	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰/۳	۰/۵	۰
۶	۰/۲	۰/۶	۰	۱	۱	۰	۰	۰/۶	۱	۰	۰/۸	۰	۰
۷	۰/۸	۰/۴	۰/۵	۱	۰/۵	۰	۰	۰/۵	۰/۷	۰/۴	۰/۱	۰	۰
۸	۰	۰/۳	۰	۰/۷	۰/۶	۰	۰	۰	۰/۵	۰	۰	۰/۳	۰
۹	۰/۵	۰/۸	۰/۶	۱	۰/۸	۰/۵	۰/۴	۰/۳	۰	۰	۰/۳	۰/۷	۰
۱۰	۰/۷	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰/۹	۰	۰	۰	۰
۱۱	۰	۰/۱	۰/۵	۱	۰/۸	۰	۰/۳	۰	۰/۵	۱	۰	۰	۰
۱۲	۱	۰/۹	۰/۵	۱	۱	۱	۰/۵	۰	۱	۰/۶	۰/۶	۰	۰/۸
۱۳	۰/۷۵	۰/۵	۰/۲	۰/۶	۰	۰	۰	۰	۰/۴	۰	۰	۰/۶	۰

اعداد این ماتریس میزان تأثیر هر متغیر (۱۳ متغیر موردبررسی که در قسمت قبل بدان اشاره شد) بر دیگری را براساس جمع‌بندی نظر خبرگان نشان می‌دهد. پس از ادغام نظر خبرگان، میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر یک از عوامل در نرم‌افزار FCMapper تجزیه و تحلیل شد. این نتایج در جدول ۳، نشان داده شده است.

جدول ۳. میزان تأثیرگذاری، تأثیرپذیری و مرکزیت عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

رتبه	مرکزیت	تأثیرپذیری	تأثیرگذاری	عوامل
۵	۱۲/۳۵	۶/۷۵	۵/۶	وجود تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و پایدار
۶	۱۱/۲	۵/۹	۵/۳	فناوری‌های ساخت‌وسازهای سازگار با محیط‌زیست
۸	۱۰/۷	۵	۵/۷	برخورداری از دانش تخصصی کارآفرینی گردشگری
۱	۱۵	۱۱/۱	۳/۹	قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری
۲	۱۴/۴	۶/۷	۷/۷	حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی
۹	۷/۷	۲/۵	۵/۲	اعمال معافیت و تخفیفات مالیاتی
۷	۱۰/۸	۵/۹	۴/۹	آموزش مهارت کارآفرینی گردشگری روستایی
۱۰	۷/۲	۴/۸	۲/۴	ارائه کالا یا محصول نوآورانه و پایدار
۳	۱۴/۱	۸/۲	۵/۹	افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری
۱۱	۷/۱	۲/۵	۴/۶	سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی
۱۲	۶/۵	۲/۳	۴/۲	حمایت خانواده
۴	۱۲/۸	۳/۹	۸/۹	حمایت نهادهای دولتی
۱۳	۴/۸۵	۱/۸	۳/۰۵	ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور

تأثیرگذاری، نشان‌دهنده تأثیرات اعمال شده یک مفهوم می‌باشد و تأثیرپذیری، نشان‌دهنده میزان تأثیرات دریافت شده از عوامل دیگر می‌باشد و مرکزیت، نشان‌دهنده مجموع تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل است. از این‌رو، هرچه عاملی درجه مرکزیت بالاتری داشته باشد، در شبکه عوامل دارای اهمیت بیشتری نسبت به سایر عوامل خواهد بود. در جدول ۳، نیز رتبه‌بندی عوامل براساس میزان اهمیت و مرکزیت عوامل است. براساس نتایج جدول ۳، پنج عامل برتر و مؤثرتر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی برحسب رتبه اعلام شده نهایی، به ترتیب قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی، افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری، حمایت نهادهای دولتی و وجود تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و پایدار بوده است. با توجه به جدول ۳ و ارزیابی نقش عوامل در بهبود وضعیت سایر عوامل سناریوهایی نگاشته شده است که این سناریوها برحسب عواملی که دارای بیشترین میزان مرکزیت هستند، نوشته شدند. از مزایای سناریونویسی این است که در شرایطی که به هر دلیل نتوان تمامی عوامل را با هم فراهم کرد، بتوان با استفاده از سناریونویسی تأثیرات سایر عوامل را در صورتی یک یا چند عامل حذف شود را سنجید.

پژوهش دارای سه سناریو است که اولین سناریو ثابت در نظر گرفته شده تا تغییرات دو سناریو دیگر را اندازه‌گیری نماید. در دومین سناریو وضعیتی شبیه‌سازی شده است که در آن به رغم توجه به قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، کاری برای حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری انجام نگیرد، بدین‌صورت که عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری را فعال (یک) و عوامل حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری را غیرفعال (صفر) در نظر گرفته شد.

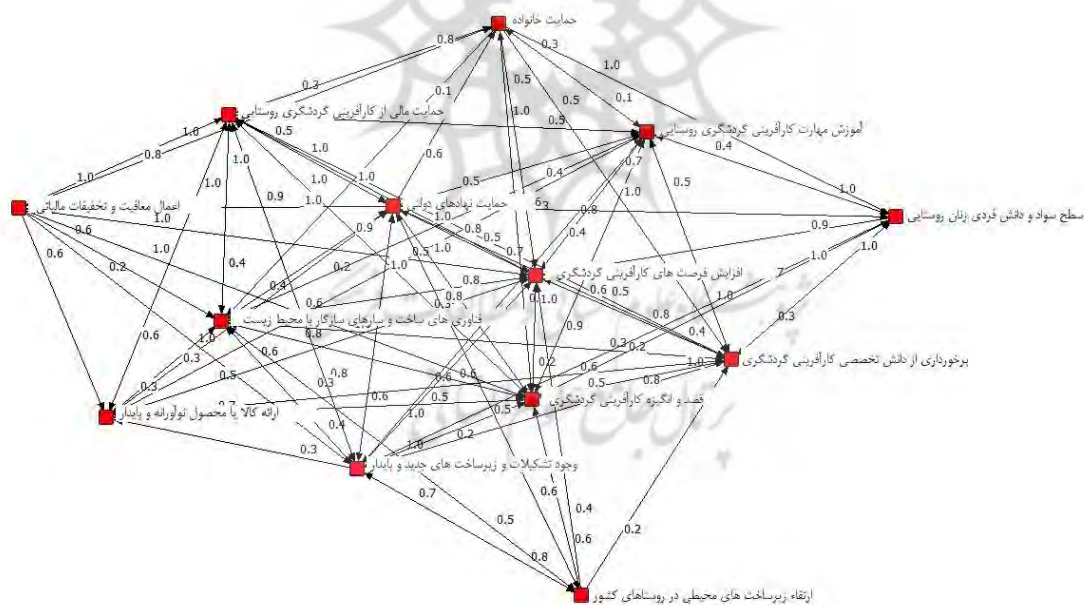
در سناریو سوم به حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری بدون توجه به قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری بررسی شده است؛ بدین معنی که عوامل حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری یک و عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری صفر در نظر گرفته شده است که در جدول ۴، تغییرات و نتایج سناریوها نشان داده شده است.

جدول ۴. نتایج شبیه‌سازی سناریوها بر روی مدل پیشنهادی

عوامل	سیاست			نتایج سیاست			مقایسه سیاست‌های		تغییرات سناریو
	۱	۲	۳	۱	۲	۳	دوم و اول	سوم و اول	
وجود تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و پایدار	۱	۱	۱	۰/۹۹۶	۰/۹۹	۰/۹۹۷	-۰/۰۰۵	۰/۰۰۹	۷
فناوری‌های ساخت و سازهای سازگار با محیط‌زیست	۱	۱	۱	۰/۹۹۶	۰/۹۷	۰/۹۹۴	-۰/۰۰۱	-۰/۰۰۲	۶
برخورداری از دانش تخصصی کارآفرینی گردشگری	۱	۱	۱	۰/۹۹۲	۰/۹۸	۰/۹۸	-۰/۰۰۸	-۰/۰۰۵	۷
قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری	۱	۱	۰	-۰/۹۹	۱	۰	-۰/۰۰۰۲	۰/۹۹	۱
حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی	۱	۰	۱	۰/۹۹۸	۰	۱	-۰/۹۹۸	۰/۰۰۱	۰
اعمال معافیت و تخفیفات مالیاتی	۱	۱	۱	۰/۹۲	۰/۷۱	۰/۹۲	-۰/۲۰۵	۰/۰۰۰۱	۶
آموزش مهارت کارآفرینی گردشگری روستایی	۱	۱	۱	۰/۹۹۶	۰/۹۸	۰/۹۹۲	-۰/۰۰۱	-۰/۰۰۴	۶
ارائه کالا یا محصول نوآورانه و پایدار	۱	۱	۱	۰/۹۹۱	۰/۹۶	۰/۹۸	-۰/۰۰۲	-۰/۰۰۵	۶
افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری	۱	۰	۱	-۰/۹۹	۰	۱	۰/۹۹۹	-۰/۰۰۰۳	۰
سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی	۱	۱	۱	-۰/۹۱	-۰/۹	۰/۸۹	-۰/۰۰۱	-۰/۰۰۱	۶
حمایت خانواده	۱	۱	۱	۰/۹	۰/۸	۰/۸۸	۰/۰۹	-۰/۰۰۱	۶
حمایت نهادهای دولتی	۱	۱	۱	۰/۹۷	۰/۹۲	۰/۹۷	-۰/۰۰۴	-۰/۰۰۰۱	۶
ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور	۱	۱	۱	-۰/۸۵	-۰/۸۴	-۰/۸۵	-۰/۰۰۶	-۰/۰۰۰۱	۷

مطابق با خروجی‌های جدول ۴، نتایج حاصل از سناریو دوم و سوم نشان می‌دهد، در صورتی که تنها به عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری توجه شود، ولی تلاشی برای حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری توجه نشود، همه عوامل در جهت منفی و به میزان متوسط و زیاد تغییر می‌کنند (با استفاده از تحلیل مقایسه ستون‌های مقایسه سیاست‌ها و تغییرات سناریو که مطابق با آن اگر این تغییرات مابین عدد یک تا ۵ باشند تغییرات مثبت می‌باشند ولی اگر میزان تغییرات در رده ۶ تا ۹ باشند، نشان دهنده تغییرات منفی و عدد ۱۰ نشان دهنده هیچ‌گونه تأثیر و تغییر نیافتن عوامل می‌باشد. همچنین، هرچه اعداد کوچکتر باشند میزان تغییرات بیشتر خواهد بود. به عنوان مثال، عدد ۶ نشان دهنده تغییرات منفی بیشتری نسبت به ۷ و همچنین، ۷ نسبت به ۸ و عدد در مقایسه با ۹ می‌باشد. همچنین، اگر تنها به عوامل حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری توجه کرده و عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری نادیده گرفته شود مجدداً تمامی عوامل به جز اعمال معافیت و تخفیفات مالیاتی در جهت منفی حرکت خواهند کرد. اگر صرفاً سناریوی افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری در نظر گرفته شود، سیاست‌های اول و دوم در جهت مثبت (۰/۹۹۹) و سیاست‌های اول و سوم در جهت منفی (۰/۰۰۳-) تغییر می‌کنند. به همین ترتیب برای سایر عوامل، مقایسات سناریوها با یکدیگر تفسیر است.

پس از شبیه‌سازی سناریوهای موردنظر، داده‌های ماتریس ادغامی خبرگان در نرم‌افزار Ucinet وارد و گراف مدل رسم شد که در شکل ۱، نشان داده شده است.



شکل ۱. نقشه شناختی فازی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

شکل ۱، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان را نشان می‌دهد. این گراف دارای ۱۳ عامل و ۱۰۵ کمان می‌باشد که نشان دهنده روابط بین عوامل است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهشی نشان داد که مدل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستایی کندان شامل عوامل وجود تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و پایدار، فناوری‌های ساخت و سازه‌های سازگار با محیط‌زیست، برخورداری از دانش تخصصی کارآفرینی گردشگری، قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی، اعمال معافیت و تخفیفات مالیاتی، آموزش مهارت کارآفرینی گردشگری روستایی، ارائه کالا یا محصول نوآورانه و پایدار، افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری، سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی، ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور است.

براساس میزان مرکزیت، عوامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری در صدر فهرست قرار گرفتند. براساس نتایج تحلیل نگاشت شناختی فازی، می‌توان بدین‌گونه تفسیر کرد که مؤثرترین عامل، عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری است. تأثیر قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری بر محیط رقابتی به‌عنوان یک متغیر محرک از ویژگی‌های اختصاصی مدل ارائه شده در این پژوهش است که در پژوهش‌های پیشین به آن توجه خاصی نشده است. در واقع قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری که مورد تأیید خبرگان صنعت است، موجب شد به عناصر استخراج شده از پیشینه پژوهش اضافه شود. از طرف دیگر، تأثیرگذاری بالای قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری بر سایر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستایی کندان نشان می‌دهد که این عامل نقش زیادی در ایجاد هر نوع بهبود در توسعه گردشگری کارآفرینی زنان روستایی در روستای کندان دارد. تأثیر قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری بر توسعه گردشگری کارآفرینی زنان روستایی در روستای کندان که در مدل نشان داده شده است با یافته‌های وانگ و همکاران (Wang et al., 2019) تطابق دارد. همچنین، تأثیرپذیری توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری روستایی کندان از عامل حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی که در مدل مدنظر قرار گرفته است که با نتایج ارائه شده توسط کویبکوا و کامبل (Kubickova & Campbell, 2020) هم‌خوانی دارد. نقش عامل افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری که مورد تأکید مدل است، به واسطه نتایج ارائه شده توسط بوث و همکاران (Booth et al., 2020) حمایت می‌شود. نتایج حاصل از سناریونویسی نیز نشان می‌دهد که در صورتی که تنها به عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری توجه شود، ولی تلاشی برای حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری نشود، همه عوامل در جهت منفی و به‌میزان متوسط و زیاد تغییر می‌کنند. همچنین، اگر تنها به عوامل حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری توجه کرده و عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری نادیده گرفته شود، مجدداً تمامی عوامل به‌جز عامل اعمال معافیت و تخفیفات مدیریتی در جهت منفی حرکت خواهند کرد. توجه محض به افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری نیز موجب می‌شود سیاست‌های اول و دوم در جهت مثبت و سیاست‌های اول و سوم در جهت منفی تغییر کنند و بدین ترتیب توسعه کارآفرینی زنان روستایی را به تعویق می‌اندازند؛ بنابراین، لازم است تا به هر سه عوامل به یک میزان توجه شود تا شاهد توسعه و بهبود روزافزون کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری شود.

تحولات و دگرگونی‌های نظام اجتماعی-اقتصادی در عصر حاضر متأثر از پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیک است و پیوسته منجر به بروز دیدگاه‌ها و نیازهای جدید می‌شود. براین اساس، تداوم بقا، جوامع مختلف، نیازمند ارائه راهکارها و روش‌های نوین برای شناسایی و تطبیق با تغییرات است. به‌همین دلیل، توجه به تقویت و توسعه کارآفرینی افراد جامعه به‌عنوان یکی از روش‌های نوین از پیش ضرورت پیدا کرده است. کارآفرینی به‌منزله یک رفتار برنامه‌ریزی شده، می‌تواند کارآیی اقتصادی را افزایش دهد، نوآوری را به بازار تزریق کند، دانش‌های روز را به تولید خدمات و محصولات جدید منتقل و شغل‌های جدیدی

ایجاد کند. از این طریق می‌توان نقش کارآفرینی را در افزایش سطح اشتغال در جوامع، بسیار مؤثر دانست. اثرگذاری‌های مثبت کارآفرینی، در طی دهه گذشته بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران را به تشویق و توسعه در حوزه کارآفرینی سوق داده است و به‌عنوان یک راه‌حل اساسی بالقوه برای رفع چالش‌های گوناگون پیش‌روی کشور از جمله نبود کارایی در بدنه اقتصاد، افزایش نرخ بیکاری، اشباع دانش‌آموختگان در مراکز تحصیلی و آکادمیک، عدم توانایی بخش خصوصی و دولتی در ایجاد شغل و غیره نگریسته می‌شود؛ بنابراین، بر اساس اهمیت روزافزون کارآفرینی، مطالعه حاضر سعی کرد تا عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان با تأکید بر گردشگری پایدار در روستای کندوان مورد بررسی قرار دهد. برای این کار عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی توسط مطالعات پیشین تهیه شد و توسط پرسشنامه و پاسخ خبرگان ارزیابی و نمره‌دهی شد. براساس نتایج، مهم‌ترین عوامل (سه عامل برتر) طبق نظر زنان کارآفرین در روستای کندوان، عوامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری بود.

با استفاده از سه عامل برتر فوق برای توسعه کارآفرینی زنان روستایی، سناریوهایی در این راستا نگاشته شد و مدل نهایی پژوهش توسط نرم‌افزار Ucinet6 طراحی شد. نتایج نهایی بیانگر این بود که توجه بیش از اندازه به عامل قصد و انگیزه کارآفرینی زنان روستایی و عدم توجه کافی به حمایت‌های مالی و فرصت‌های کارآفرینی؛ موجب می‌شود توسعه پایدار کارآفرینی و گردشگری در روستای کندوان محقق نشود. به‌عبارت دیگر، توجه یک طرفه و تک‌بعدی به یکی از سناریوها، عدم توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار را به‌همراه خواهد داشت. از این‌رو، برای سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیران و مدیران بسیار حائز اهمیت که به عوامل مذکور در توسعه کارآفرینی (سه عامل مهمتر شامل قصد و انگیزه کارآفرینی، حمایت مالی از کارآفرینی، افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری) به‌اندازه کافی توجه گردد تا توسعه آن به‌صورت پایدار در روستای مورد مطالعه نقش‌آفرینی کند. بر مبنای مؤثر بودن صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی، به‌طوری که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند و براساس موقعیت منطقه کندوان و منحصربه‌فرد بودن این روستا از نظر ساختاری و کالبدی، با تصمیمات بهتر و توجه بیشتر در این زمینه، ارتقا فرهنگ‌سازی بومیان و گردشگران می‌توان آثار توسعه این صنعت را بیش از پیش در این منطقه نمایان کرد. به‌صورتا موردی و با توجه به نتایج مطالعه که نشان داد عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری یکی از عوامل اساسی در توسعه کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی است، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

آموزش‌های هنر و صنایع دستی با توجه به پتانسیل‌های گردشگری روستای کندوان و صنایع دستی آن جدی گرفته شود. با توجه به اهمیت عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری در کندوان؛ دولت حمایت‌های لازم را به‌منظور ارتقای زیرساخت‌های گردشگری ارتقا بخشد تا انگیزه کارآفرینی در کندوان تقویت یابد.

با توجه به اهمیت عامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری در کندوان؛ حمایت‌های مالی از جمله ارائه تسهیلات و وام‌های بلندمدت با بهره کم و اعمال تخفیفات مالیاتی در نظر گرفته شود تا باعث ایجاد انگیزه بیشتر در زنان روستایی به‌منظور افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه گردد.

همچنین در راستای عامل دوم به لحاظ اهمیت (حمایت‌های مالی)، به ترتیب پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردند:

توسعه و تجهیز کارگاه‌های تولید صنایع دستی، برگزاری رایگان کلاس‌های آموزش مهارت‌های سنتی و دستی برای بانوان در جهت بالا بردن مهارت تخصصی آن‌ها به‌عنوان حلقه تولیدی در اولویت قرار گیرد. توسعه شبکه‌های اجتماعی و خانگی کسب‌وکار و افزایش مهارت‌های بازاریابی و فروش در روستای کندوان به‌عنوان حلقه واسطه توزیع و بازاریابی ارتقا یابد.

تجهیز و توسعه اماکن گردشگری در روستای کندوان مورد توجه قرار گیرد تا به‌واسطه حضور گردشگران، فرآیند بازاریابی ترویج و توزیع در روستای کندوان تقویت شود.

تقویت موسسات پولی- مالی و صندوق‌های اعتباری ویژه کسب و کارهای کوچک در روستای کندوان صورت پذیرد. ارائه مشاوره‌های مالی و اقتصادی در زمینه سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه در روستای کندوان راه‌اندازی و اجرایی شود تا تصمیمات آتی سرمایه‌گذاران را به جهت قصد سرمایه‌گذاری در روستا تسریع بخشد.

منابع

- احمدی، سنور، کوهستانی، حسین، یادآور، حسین. و شعبانعلی فمی، حسین. (۱۳۹۸). فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۸ (۱)، ۲۱-۳۸.
- ایمنی قشلاق، سیاوش، خانی، فضیله. و هاشمی، سیدسعید. (۱۳۹۱). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه تطبیقی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو). *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۱۰ (۱۸)، ۲۱۷-۲۳۸.
- باباخانزاده، ادریس. و لطفی، صدیقه. (۱۳۹۱). ارزیابی اثرات گردشگری بر روستای قوری قلعه. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۷ (۲۰)، ۸۱-۱۱۶.
- بازبان، فاطمه، رضائی مقدم، کورش. و فاطمی، مهسا. (۱۳۹۹). آموزش کارآفرینی و تأثیر آن بر عملکرد کسب و کارهای زنان روستایی. *فصلنامه علمی - پژوهشی کارافن*، ۱۷ (۳)، ۷۹-۹۴.
- حجازی‌زاده، زهرا، رجایی ریزی، محمدعلی، حسینی امینی، حسن. و سلکی، هیوا. (۱۳۹۲). شناخت نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری روستایی، مطالعه موردی اکوموزه روستایی ایبانه - اصفهان. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۲ (۵)، ۵۰-۷۶.
- حسینی، میرزا حسن، دولتی، مهین. و پرینجی، مهدیه. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران. *تعاون و کشاورزی*، ۷ (۲۶)، ۱۲۹-۱۵۶.
- دهقانی، امین. و جمینی، داود. (۱۳۹۹). ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری و توسعه فضاهای روستایی مورد مطالعه: شهرستان روانسر. *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۱ (۳)، ۳۵-۵۰.
- رستمعلی‌زاده، ولی‌الله. و علی جمعه زاده، پروین. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران. *فصلنامه توسعه اجتماعی*، ۱۲ (۳)، ۱۴۷-۱۷۲.
- رضایی، پژمان. (۱۳۹۶). بررسی اثرات گردشگری در توسعه کارآفرینی روستاهای ساحلی (منطقه مورد مطالعه: روستاهای ساحلی شهرستان سامان، استان چهارمحال و بختیاری). *مطالعات جغرافیایی انسانی نواحی ساحلی*، ۱۱ (۱)، ۱۱۵-۱۳۹.
- رنجبری، مریم. و استعلاجی، علیرضا. (۱۳۹۳). بررسی نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: روستای شیب دراز و برکه خلف). *گردشگری و چشم‌انداز آینده*، ۴ (۳)، ۸۱-۹۶.
- شاهسوند اینانلو، سعید. (۱۳۹۶). تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری در بازساخت اقتصاد روستایی مطالعه موردی: سکونتگاه‌های روستایی شهرستان آوج. *پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی - گرایش اقتصاد فضا*، دانشگاه زنجان.
- شاهی‌پور، سونا. و مجتبی‌زاده، حسین. (۱۳۹۵). تحلیل پیامدهای گردشگری روستایی بر توسعه (مطالعه موردی: کندوان). *محیط‌شناسی*، ۴۲ (۳)، ۶۳۷-۶۴۸.
- شیرمحمدی، یزدان. و معاونی، محمدامین. (۱۴۰۰). طراحی مدل کارآفرینی زنان روستایی در گردشگری کشاورزی با استفاده از رویکرد آمیخته. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۷ (۴)، ۸۵-۱۰۲.
- ضیایی، محمود، امین بیدختی، علی اکبر. و قربانی، فاطمه. (۱۳۹۶). ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۸ (۲۴)، ۵۹-۸۸.
- عباسی، محمدجواد، سجادی، ژیلدا، عبدالهی، علی. و رضویان، محمدتقی. (۱۳۹۹). تبیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در ایران. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵ (۵۲)، ۱-۲۶.
- غنیان، منصور. و فتوتی، هستی. (۱۳۹۲). گردشگری راهکاری جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *کار و جامعه*، ۱۳۹۲ (۱۵۹)، ۲۹-۳۴.

- ورکیانی‌پور، نفیسه، حسینی، سیدمحمدرضا، سمیعی، روح‌الله، و اشرفی، مجید. (۱۳۹۸). ارائه مدل توسعه کارآفرینی زنان با رویکرد توسعه پایدار روستایی در استان گلستان. *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۱۹(۵۴)، ۱۴۷-۱۶۶.
- یاسوری، مجید. و نوروزی‌نژاد، معصومه. (۱۴۰۰). فراتحلیل کیفی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *زن در توسعه و سیاست*، ۱۹(۱)، ۲۱-۴۱.
- یاسوری، مجید. و وطنخواه کلورزی، زیلا. (۱۳۹۴). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (دهستان گوراب‌پس شهرستان فومن). *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۵(۲۰)، ۴۶-۵۹.
- Andersson, T. D., & Getz, D. (2009). Tourism as a mixed industry: Differences between private, public and not-for-profit festivals. *Tourism management*, 30(6), 847-856.
- Benhamed, A., EL Hajjar, S., Hamad Yaseen, F., & Amara, N. (2021). Modeling the decision-making process of financial path transition from entrepreneur's perspective using a fuzzy cognitive mapping. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 18(4), 351-372.
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438.
- Chowdhury, M. S. (2007). Overcoming entrepreneurship development constraints: the case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(3), 240-251.
- Elzek, Y. S., Gaafar, H. A., & Abdelsamie, H. (2020). Evaluation of Sustainable Tourism Investment in Tourism Businesses: Evidence from Egypt. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, 4(2/2).
- Felix, G., Nápoles, G., Falcon, R., Froelich, W., Vanhoof, K., & Bello, R. (2019). A review on methods and software for fuzzy cognitive maps. *Artificial intelligence review*, 52, 1707-1737.
- Ganchev, G. T. (2014). Tourism industry: Role of the real effective exchange rate. *Tourism & Management Studies*, 10, 174-179.
- Henama, U. S., Acha-Anyi, P. N., & Sifolo, P. P. S. (2016). The low cost carrier bandwagon: Lessons for Skywise Airline. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(2), 1-10.
- Jaelani, A. K., Handayani, I. G. A. K. R., & Karjoko, L. (2020). Development of tourism based on geographic indication towards to welfare state. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3s), 1227-1234.
- Kandasamy, W. V., & Smarandache, F. (2004). Fuzzy Cognitive Maps and Neutrosophic Cognitive Maps. *Book Review by Milan Mares: Kybernetika*, 40(1), 151.
- Khan, N., Hassan, A. U., Fahad, S., & Naushad, M. (2020). Factors affecting tourism industry and its impacts on global economy of the world. *Available at SSRN 3559353*.
- Kosko, B. (1986). Fuzzy cognitive maps. *International journal of man-machine studies*, 24(1), 65-75.
- Kubickova, M., & Campbell, J. M. (2020). The role of government in agro-tourism development: a top-down bottom-up approach. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 587-604.
- Kurtege Sefer, B. (2020). A gender-and class-sensitive explanatory model for rural women entrepreneurship in Turkey. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(2), 191-210.
- Li, C., Ahmed, N., & Qalati, S. A. (2019). Impact of gender-specific causes on women entrepreneurship: An opportunity structure for entrepreneurial women in rural areas. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 8(1), 1-9.
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism management*, 27(1), 159-170.
- Mallick, S. K., Rudra, S., & Samanta, R. (2020). Sustainable ecotourism development using SWOT and QSPM approach: A study on Rameswaram, Tamil Nadu. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 8(3), 185-193.
- Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., Haq, M. Z. U., & Rehman, H. U. (2019). The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan. *International journal of environmental research and public health*, 16(19), 3785.
- Olimovich, D. I. (2020). Role of investment in tourism development. *Academy*, (5 (56)), 7-9.
- Otto, M. (2009): Green: challenges and Opportunities for Business Growing Green: Challenges and opportunities for Business, *United Nations climate change conference* dec 7- dec 18.

- Pato, L. (2015). Rural entrepreneurship and Innovation: some successful women's initiatives. *Paper provided by European Regional Science Association in its series*, Lisbon, Portugal. [Online]. Available at: <http://www-sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa15/e150825aFinal01367.pdf>
- Polas, M. R. H., Raju, V., Muhibbullah, M., & Tabash, M. I. (2022). Rural women characteristics and sustainable entrepreneurial intention: a road to economic growth in Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(3), 421-449.
- Rudhumbu, N., Du Plessis, E. C., & Maphosa, C. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*, 13(2), 183-201.
- Samirkaş, M., & Samirkaş, M. C. (2016). The impact of exchange rate on tourism industry: The case of Turkey. In *International business: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 1165-1176). IGI Global.
- Silva, F. B., Herrera, M. A. M., Rosina, K., Barranco, R. R., Freire, S., & Schiavina, M. (2018). Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources. *Tourism Management*, 68, 101-115.
- Strydom, A. J., Mangope, D., & Henama, U. S. (2019). Making community-based tourism sustainable: Evidence from the Free State province, South Africa. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 24(1), 7-18.
- Wang, C., Li, G., & Xu, H. (2019). Impact of lifestyle-oriented motivation on small tourism enterprises' social responsibility and performance. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1146-1160.

