



Women and Tourism: Occupational Challenges and Management - A Case in Kerman Province Study of Business Women in Ecolodges

AmirAbbas Najafipour, Seyede Somaye Hashemi¹✉, Farzaneh Haghighat ghahfarokhi

¹- Member of the faculty of Tourism Department, Bam Higher Education Complex, Kerman, Iran.

²- Assistant Professor, Member of the scientific board of Faculty of Tourism, Research Institute of Cultural Heritage and Tourism, Tehran, Iran. E-mail: S.hashemi@richt.ir

³- Member of the faculty of Tourism Department, Bam Higher Education Complex, Kerman, Iran.

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 19 February 2024

Revised: 18 April 2024

Accepted: 29 May 2024

Published online: 22 September 2024

Keywords:

*Business Women in Tourism,
Business Women in Ecolodges,
Women in Tourism,
Ecolodges,
Occupational Challenges,
Thematic Content Analysis,
Kerman Province.*

ABSTRACT

Introduction: Despite women's significant presence in the business sector of tourism (54% worldwide), the challenges they face, particularly in developing societies, are substantial. Tourism serves as a platform for women's economic, cultural, and social transition, but this transition comes with its costs. This study focuses on exploring the occupational challenges faced by working women in ecotourism lodges in Kerman province and examines their coping mechanisms.

Data and Method: The research adopts a qualitative ethnographic approach, involving 19 female lodge managers as participants. Targeted sampling and snowball sampling techniques were used, and semi-structured interviews were conducted. The interview data were manually analyzed using thematic content analysis. The research data's credibility and dependability were ensured through various control strategies.

Results: The findings are categorized into challenges and women's strategies for managing and coping with them. The challenges include socially marginalized backgrounds, unfavorable cultural attitudes towards women's work, socially challenging communications, economic crises, recurrent encounters with economic issues, the vulnerable position of Iranian family and women's work, restrictive laws on women's employment, infrastructural issues, and institutional and internal challenges related to women's work.

Conclusion: The management and problem-solving approaches of women facing these challenges involve cultural challenge management, handling cultural conflicts within the family, creating a successful occupational approach, fostering customer loyalty, and adopting a self-care approach.

Cite this article: Najafi Pour, Amir Abbas., Hashemi, Somaye., Haghighat ghahfarokhi, Farzane. (2024). Women and Tourism: Occupational Challenges and Management - A Case Study of Business Women in Ecolodges in Kerman Province. *Urban Social Geography*, 11 (2), 17-45. DOI: <http://doi.org/10.22103/JUSG.2024.2128>



© The Author(s).

Publisher: Shahid Bahonar University of Kerman.

DOI: <http://doi.org/10.22103/JUSG.2024.2128>

¹ **Corresponding Author:** Hashemi, S., Research Institute of Cultural Heritage and Tourism, Tehran, Iran.

✉ S.hashemi@richt.ir



(+98) 9173089274

English Extended Abstract

Introduction

Despite the maximum presence of women in the field of business in tourism (54% in the world), problems and harms on the way of this group are very high, especially in developing societies, because tourism is a suitable platform for economic, cultural and social transition. The main objective of this research is to explore the challenges faced by women in various economic, social, political, cultural, legal, and technical domains. It focuses on the empowerment of women, examining how they cope with challenges, their resistance patterns, issue management, transformative actions, facilitation, and ultimately, how they become more empowered in the face of these challenges.

Data and Method

The research utilizes qualitative ethnographic methodology, starting with theoretical foundations and literature review, followed by in-depth interviews with women working in eco-tourism lodges. Data analysis employs the concept network analysis method to identify prominent concepts and represent their relationships in a conceptual network. The study investigates challenges women face at different levels and their perspectives on their own capabilities, as well as how they manage and control existing issues. The research population consists of women employed in eco-tourism lodges in Kerman province. The choice of these lodges is due to their higher prevalence compared to other tourism facilities, and the higher participation of women in this sector. The research aims for credibility through strategies such as prolonged engagement, continuous observation, peer debriefing, member checking, and rich description. The researcher draws on years of field research experience, involving colleagues in discussions, and presenting findings to knowledgeable individuals for validation. The research emphasizes a detailed and nuanced analysis of concepts, incorporating extensive evidence from interview transcripts, direct observations, and field notes for accuracy and depth. On the other hand, qualitative researchers, instead of relying on reliability used in quantitative research, emphasize dependability, acknowledging that findings will inevitably change and evolve. Therefore, data and results should be as dependable as possible (Creswell, 2012). Following these principles, the present article took steps in this direction. In the first phase, interviews were conducted in a calm environment, fully recorded, and documented as suggested by Creswell (2012) for data dependability. The researcher also took notes on facial expressions and other notable elements during interviews, incorporating them into the interview texts. Additionally, variations in voice tone, pauses, and emotions were noted. To ensure no obvious errors occurred during data transcription, the original texts were repeatedly reviewed. The researcher ensured consistency in defining concepts and maintaining the meaning of themes throughout the coding process by continuously comparing raw data with concepts and documenting notes on concepts and their definitions. This way, the researcher aimed to enhance the dependability of the data and results as much as possible.

Results

The article then delves into the concept of a crisis as an integral part of the tourism business. Based on the findings, women in eco-tourism face issues and challenges described in detail in this section. These challenges revolve around the overarching concept of "crisis as an inseparable part of the tourism business." The conceptual network includes organizing concepts related to the socially marginalized context, unfavorable cultural attitudes towards female work, socially challenging communications, economic crises, recurring economic problems, the vulnerable state of Iranian families and female work, restrictive laws on female employment, infrastructural issues, institutional and intra-institutional issues related to female work, and future-oriented challenges. The network comprises ninety-three initial codes, nineteen fundamental concepts, and nine organizing concepts. Furthermore, the article explores how women in tourism create control and management approaches to address challenges. Despite facing various challenges in their professional journey, what distinguishes these women is their approach to life,

English Extended Abstract

how they confront issues, and how they solve fundamental challenges in their professional lives. Different approaches are employed, and the article conceptualizes these approaches in this section. The conceptual network of creating control and management approaches by women in tourism includes fifty initial codes, seven fundamental themes, and five organizing themes. These revolve around the overarching theme of "creating control and management approaches by women in tourism." These problem-solving approaches encompass managing cultural challenges, managing cultural conflicts within families, creating a successful work approach, creating customer loyalty, and creating self-care approaches.

Conclusion

Women on the path to empowerment face challenges that hold a significant place in their perception of empowerment. In dealing with each challenge, they have been compelled to create solutions or develop suitable responses. These creative solutions and management strategies, as integral aspects of their mental background as entrepreneurial and empowered women, are of considerable importance. They contribute to the construction of a distinctive identity for these women. The challenges faced by women in tourism include socially marginalized contexts, unfavorable cultural attitudes towards female work, socially challenging communications, economic crises, recurring economic problems, the vulnerable state of Iranian families and female work, restrictive laws on female employment, infrastructural issues, and institutional and intra-institutional issues related to female work. Future-oriented challenges, especially in the era of the COVID-19 pandemic, have become some of the most crucial challenges for women in their businesses. Many of the women studied are at a crossroads between closure and expanding their accommodations, as the current state of their lodgings does not meet their economic and occupational needs. This emphasizes the importance of "foresight and future studies," particularly in tourism research. One of the key approaches to achieving sustainable development in tourism is paying attention to future studies regarding the outlook and perspective of factors influencing tourism development. To understand what the future holds for tourism, we must consider issues and topics beyond the scope of tourism, but the starting point for any discussion is creating a timeframe for understanding the future. The findings of this research indicate that women's empowerment in facing challenges along their business path is vividly demonstrated. They creatively address various challenges, facilitating their confrontation with these challenges. These problem-solving approaches include managing cultural challenges, managing cultural conflicts within families, creating a successful work approach, creating customer loyalty, and creating self-care approaches. In essence, one of the key findings of this research highlights that although women have achieved conditional empowerment in some dimensions, a more comprehensive understanding of their empowerment process can be observed in how they manage challenges and create new approaches.

پرتال جامع علوم انسانی

زنان و گردشگری: آسیب‌های شغلی و مدیریت آن‌ها (نمونه موردی: زنان شاغل در اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان)

امیرعباس نجفی‌پور، سیده سمیه هاشمی^۱ ✉، فرزانه حقیقت قهفرخی

^۱ - عضو هیات علمی گروه گردشگری، مجتمع آموزش عالی بم، بم، ایران.

^۲ - عضو هیئت علمی گروه گردشگری، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران، ایران. S.hashemi@richt.ir: رایانامه

^۳ - عضو هیات علمی گروه گردشگری، مجتمع آموزش عالی بم، بم، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۳۰ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۱/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۹ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱ کلیدواژه‌ها: زنان شاغل در گردشگری، زنان شاغل در بومگردی، زنان در گردشگری، بومگردی، چالش‌های شغلی، تحلیل شبکه تماتیک، استان کرمان.	مقدمه: با وجود حضور حداکثری زنان در عرصه کسب و کار در گردشگری (۵۴ درصد در دنیا)، مسائل و آسیب‌های موجود بر سر راه این گروه بخصوص در جوامع در حال توسعه بسیار زیاد است، زیرا گردشگری، بستری مناسب برای گذار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را برای زنان فراهم می‌نماید و این تحرک و گذار بی‌شک هزینه‌های بسیاری را به همراه دارد. در این پژوهش، محققان به دنبال مطالعه آسیب‌های شغلی زنان شاغل در اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان و نحوه توانمندی و مقابله آنها در برابر این چالش‌ها است. داده و روش: این مطالعه با استفاده از رویکرد کیفی مردم‌نگاری طراحی و اجرا گردید. نمونه این پژوهش ۱۹ نفر از زنان مدیر اقامتگاه بودند. این نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک گلوله‌برفی انتخاب گردید و مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با این گروه انجام پذیرفت. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به صورت دستی از طریق تکنیک تحلیل شبکه مضمونی مورد تجزیه و تحلیل کیفی قرار گرفت. قابلیت اعتماد و اتکاپذیری داده‌های پژوهش از طریق استراتژی‌های مختلف کنترل گردید. یافته‌ها: در پایان، یافته‌های حاصل از پژوهش، در دو دسته کلی، چالش‌ها و نحوه مدیریت و مقابله با آنها به وسیله زنان استخراج گردید. چالش‌های پیش‌روی زنان در گردشگری، شامل بستر اجتماعی پرحاشیه، رویکرد نامطلوب فرهنگی نسبت به کار زنانه، ارتباطات پرچالش اجتماعی، بحران اقتصادی و رویارویی مکرر با مشکلات اقتصادی، زمینه پراسیب خانواده ایرانی و کار زنانه، قوانین محدودکننده کار زنان، مسائل زیرساختی، مسائل بین‌نهادی و درون‌نهادی مرتبط با کار زنان و چالش‌های آینده‌نگر است. نتیجه‌گیری: نحوه مدیریت و رویکردهای حل مسئله زنان در برابر این چالش‌ها نیز شامل مدیریت چالش‌های فرهنگی، مدیریت تعارض فرهنگی در خانواده، خلق رویکرد موفقیت شغلی، خلق رویکرد وفاداری مشتری و خلق رویکرد خود مراقبتی است.

استناد: نجفی‌پور، امیرعباس؛ هاشمی، سیده سمیه؛ حقیقت قهفرخی، فرزانه (۱۴۰۳). زنان و گردشگری: آسیب‌های شغلی و مدیریت آن‌ها (نمونه موردی: زنان شاغل در اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان). *جغرافیای اجتماعی شهری*، ۱۱ (۲)، ۴۵-۱۷. DOI: <http://doi.org/10.22103/JUSG.2024.2128>



© نویسنده‌گان.

ناشر: دانشگاه شهید باهنر کرمان.

DOI: <http://doi.org/10.22103/JUSG.2024.2128>

^۱ - نویسنده مسئول: سیده سمیه هاشمی، عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری تهران، تهران، ایران. رایانامه: S.hashemi@richt.ir تلفن: ۰۹۱۷۳۰۸۹۳۲۴

مقدمه

صنعت گردشگری با عبور از کلیشه‌های جنسیتی توانسته است بر فضای مردسالارانه تأثیر گذاشته و امکان توانمندسازی زنان و ورود بیشتر آنان را به عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی فراهم سازد. همچنین، گردشگری توانسته است فرصت‌های شغلی متنوعی را برای زنان فراهم کند؛ به طوری که بر اساس یافته‌های گزارش جهانی زنان در گردشگری در سال ۲۰۱۹، ۵۴٪ از افراد شاغل در صنعت گردشگری را زنان تشکیل می‌دهند. این در حالی است که در سایر بخش‌های اقتصادی، زنان ۳۹٪ از شاغلین هستند. این آمار نشان‌دهنده کنشگری حداکثری زنان در صنعت گردشگری و در بخش‌های مختلف آن است.

مسئله‌ای که وجود دارد این است که با وجود ورود زنان به عرصه گردشگری در زمینه‌های مختلف همچون، ایجاد کسب و کار، مدیریت، برنامه‌ریزی، اجرا، خدمات و غیره؛ این گروه در فضای شغلی خود با چالش‌های متنوعی روبه‌رو بوده‌اند که دلایل اصلی این چالش‌ها، بافت سنتی جامعه (به‌خصوص در مناطق کم‌برخوردار فرهنگی)، وجود قوانین و مقررات محدودکننده، عدم پیش‌بینی بسیاری از مسائل در صنعت گردشگری، شعارزدگی برخی نهادهای مرتبط در رابطه با کارآفرینی و ورود به دنیای کسب و کار گردشگری، نبود نهاد متولی زنان شاغل در گردشگری و غیره بوده است. با توجه به نوپا بودن صنعت گردشگری و سیستم در حال توسعه آن در ایران، این روند چالش‌برانگیز، اجتناب‌ناپذیر است. اما به هرجهت، آشنایی با چالش‌های موجود بر سر راه شاغلین زن در صنعت گردشگری بسیار ضروری است.

از طرف دیگر شیوه‌هایی که زنان در مقابله با این چالش‌ها خلق می‌نمایند، نوع مقاومت، تحول‌آفرینی و تسهیلگری و در نهایت چگونگی توانمندتر شدن زنان در مواجهه با این آسیب‌ها بسیار قابل توجه است. این شیوه‌ها شاید در قالب مفهوم توانمندی بگنجد. امروزه مفهوم توانمندسازی توسط محققین زیادی در رشته‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفته و تعاریف متفاوتی از آن بیان شده است. این واژه برگرفته از مفهوم قدرت است، قدرتی که به معنای توانایی کنترل کردن است. در بستر جامعه انسانی این کنترل می‌تواند بر منابع مادی، طبیعی، مالی و یا انسانی همچون بهبود مهارت‌ها، توانایی تصمیم‌گیری و ارائه نظرات، برخورداری از آگاهی لازم و کسب اطلاعات و غیره باشد (جوزف^۱، ۲۰۱۹). به عبارت دیگر، توانمندسازی ظرفیت افراد برای انتخاب‌های مؤثر و تبدیل این انتخاب‌ها به اقدامات و نتایج مطلوب است (امیری، ۱۳۹۰). در رویکرد توسعه گردشگری پایدار نیز، توانمندسازی ساکنین جامعه محلی از ارکان اصلی پایداری جوامع به حساب می‌آید و به مفهوم کسب امکان توانایی انتخاب در بستری که افراد، محروم از این امکان بوده‌اند، است (کبیر^۲، ۱۹۹۹). توانمندسازی زنان به اهمیت افزایش قدرت آنان تمرکز دارد و سعی می‌کند قدرت را کمتر به صورت برتری فردی به فردی دیگر و بیشتر از لحاظ توان زنان در جهت افزایش اتکا به خود و قدرت درونی شناسایی کند (احمدی، ۱۳۹۸).

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر، شناسایی چالش‌های موجود بر سر راه زنان شاغل در اقامتگاه‌های بومگردی در سطوح خرد، میانه و کلان و از طرف دیگر، فهم چگونگی خلق شیوه‌های مقابله با این آسیب‌ها، الگوی مقاومت آنها، چگونگی مدیریت این مسائل، تحول‌آفرینی، تسهیلگری و در نهایت چگونگی توانمندتر شدن زنان در مواجهه با این آسیب‌ها و چالش‌ها است.

¹ Joseph

² Kabeer

پیشینه نظری

الف) مفاهیم

۱) مفهوم توانمندسازی

مفهوم توانمندسازی به مثابه «بسط توانایی‌های افراد برای اتخاذ تصمیمات استراتژیک زندگی در بستری است که این توانایی قبلاً انکار شده بود» (کبیر، ۱۹۹۹). توانمندسازی زنان از جمله دیگر مفاهیمی است که مفهومی چند بعدی است که بر سنجش توانایی‌های زنان جهت کنترل بر منابع موجود، توانایی انتخاب و تأثیرگذاری و کنترل پیامدهای مختلف دلالت دارد به گونه‌ای که سبب افزایش عزت‌نفس زنان می‌گردد (رحمانی، زندرضوی، ربانی و ادیبی، ۱۳۸۷).

۲) توانمندسازی و گردشگری

همچنین، توانمندسازی از دیدگاه گردشگری نیز یکی از اصلی‌ترین مفاهیمی است که فرآیندی چند بعدی، وابسته به موقعیت و پویا است که آزادی و توانایی بهبود کیفیت زندگی را به عنوان تابعی از تعامل با گردشگری برای انسان‌ها فراهم می‌کند (آقازمانی و هانت، ۲۰۱۷).

۳) توانمندسازی و توسعه پایدار

در مباحث مرتبط با توسعه پایدار و برابری جنسیتی و توانمندی زنان و دختران، سازمان ملل در سال ۲۰۱۵ هفده هدف توسعه پایدار را برای پایان دادن به فقر، حفاظت از کره زمین و تضمین رفاه به تصویب رساند (سازمان ملل، ۲۰۱۵). پنجمین هدف توسعه پایدار بر موضوع برابری جنسیتی و توانمندی تمامی زنان و دختران متمرکز است که طبق گفته سازمان ملل «حق اساسی بشر و پایه‌ای ضروری برای دنیایی آرام، مرفه و پایدار است».

۴) توانمندسازی در کشورهای در حال توسعه

توانمندسازی در بسترهای گوناگون به روش‌های مختلف تعریف شده و مورد ارزیابی قرار گرفته است. تعاریف موجود در کشورهای در حال توسعه با شرایط فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مختلف، متفاوت است (توسان، ۲۰۰۲؛ توکر و بونابانا، ۲۰۱۲). توانمندسازی در یک بستر (مانند کار کردن خارج از خانه) می‌تواند به معنای سلب توانمندی در بستری دیگر باشد (مانند برخورد شدید به دلیل کار کردن در خارج از خانه). آداب و رسوم فرهنگی بر چگونگی تعریف توانمندسازی اثر می‌گذارد (سن و موخرج، ۲۰۱۴). تجربه فرصت‌های جدید از طریق توسعه گردشگری نیز می‌تواند بر چگونگی تعریف و ادراک از توانمندسازی اثرگذار باشد. به عنوان مثال، توسعه گردشگری روستایی در ایران اثرات مثبتی برای زنان به همراه داشته است. به آنان این فرصت را می‌دهد که از انزوای خانگی خارج شده و در جلسات اجتماعی شرکت کنند، دانش خود را در مورد اتفاقات مختلف افزایش دهند و در برخی موارد استقلال اقتصادی را نیز تجربه کنند (وٹوقی و قاسمی، ۱۳۹۳). همچنین توسعه گردشگری فرصت‌های شغلی برای زنان ایجاد می‌کند که بر درک دیگران از نقش‌های سنتی زنان بسیار تأثیرگذار است، به گونه‌ای که دیگران از زنان انتظار نمی‌رود صرفاً مشغول انجام کارهای خانگی باشند (خانی، ۱۳۹۰). در نتیجه تعریف توانمندسازی ناشی از توسعه گردشگری باید در درون یک جامعه مورد بررسی قرار گیرد (کبیر، ۱۹۹۹؛ شارما، ۲۰۰۸؛ سید، ۲۰۱۰).

۲) توسعه گردشگری و توانمندسازی زنان

توانمندسازی زنان برای مشارکت در توسعه اقتصادی در تمام سطوح و تمام بخش‌ها برای ساختن اقتصادهایی محکم و ثابت، ضروری است. گردشگری فرصت‌های قابل توجهی برای مردان و زنان فراهم می‌آورد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۰). در سه دهه اخیر، افزایش چشمگیری در آگاهی نسبت به نیاز به توانمندسازی زنان از طریق افزایش برابری اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و همچنین فراهم کردن دسترسی بیشتر به حقوق اساسی انسانی وجود داشته است (حاجیان، ۱۳۹۲). شعار روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۷ با عنوان «گردشگری درها را به روی زنان می‌گشاید»

اهمیت گردشگری را به عنوان ابزاری برای توانمندسازی زنان نشان می‌دهد. همچنین سازمان ملل در سال ۲۰۰۰ ارتقای برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان را در سطح گسترده‌تر یکی از اهداف کلیدی توسعه هزاره بیان کرد و سپس در سال ۲۰۱۵ با مطرح شدن اهداف توسعه پایدار نیز برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان به عنوان پنجمین هدف از اهداف توسعه پایدار بیان شد. شعار روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۰ با عنوان «گردشگری و توسعه روستایی» تأکید می‌کند که گردشگری سبب توانمندسازی جوامع روستایی می‌گردد و فرصت‌های شغلی را به‌ویژه برای زنان و جوانان فراهم می‌کند. با وجود تمامی تأثیرات مثبت همچون ایجاد فرصت‌های اشتغال و کارآفرینی، افزایش درآمد خانوار، افزایش اعتماد به نفس افراد و به دنبال آن اعتماد به نفس جامعه، حس افتخار نسبت به فرهنگ محلی، توانایی تصمیم‌گیری به منظور تغییر در روابط جنسیتی سنتی و بهبود معیشت که گردشگری می‌تواند برای جوامع و افراد ایجاد کند، به موجب شرایط متغیر سیاسی، اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی در کشورهایی که گردشگری را به عنوان یک استراتژی توسعه اقتصادی پذیرفته‌اند و هنجارهای شخصی که معمولاً به واسطه رفتارها و عملکردهای تبعیض‌آمیز و ناعادلانه تقویت می‌شوند، تجارب زنان و برداشت آنان از توانمندسازی با مردان متفاوت است (استون و ناپین، ۲۰۱۷؛ کالین، مکی و دلکنته، ۲۰۱۸).

بررسی برداشت زنان از توانمندسازی و عوامل کمک‌کننده به آن می‌تواند نشان‌دهنده انتظار آنان از زندگی، چگونگی قضاوت درمورد کیفیت زندگی خود، چپستی نیازهای آنان، چگونگی طی کردن فرآیند توانمندسازی و غیره باشد و سبب می‌شود تا مدیران و فعالان توسعه شناخت بهتری از فرآیند توانمندسازی زنان کسب کنند (زیمرن، ۱۹۹۵). در سال ۲۰۱۵ سازمان ملل برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان را به دلیل اعمال تبعیض‌آمیز فرهنگی، آموزشی، شغلی و سلامتی در سراسر جهان به عنوان پنجمین هدف از اهداف توسعه پایدار بیان کرد. اقدامات تبعیض‌آمیز مشابهی که در فعالیت‌های گردشگری اتفاق می‌افتد نیز برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (فرگوسن، ۲۰۱۱). به طور مثال، زنان به عنوان کارآفرینانی که اغلب کسب و کار گردشگری خود را راه اندازی و مدیریت می‌کنند، کمتر در موقعیت‌های ارشد مدیریتی به کار گماشته می‌شوند، با وجود اینکه درصد اشتغال زنان در گردشگری بیشتر از مردان است. منافع اقتصادی و غیراقتصادی حاصل از توسعه گردشگری به طور یکسانی بین زنان و مردان تقسیم نمی‌گردد. زنان حتی با تحصیلات بیشتر، درآمد کمتری برای مشاغل مشابه کسب می‌کنند، در مشاغل رده پایین‌تر فعالیت می‌کنند و اغلب موقعیت‌های استخدام زنان نیز در سطوح میانی و عملیاتی همچون خانه‌داری است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۹).

ب) نظریه‌ها

۱) چهارچوب قدرتمندی شیونز (۱۹۹۹)

این چهارچوب جهت ارزیابی توانمندسازی از طریق گردشگری معرفی شده است. این چارچوب شامل چهار بُعد اقتصادی، روانی، اجتماعی و سیاسی است: توانمندسازی اقتصادی در قالب منافع مالی بلندمدت، توزیع برابر منافع اقتصادی نقدی مانند پول و غیرنقدی مانند بهبود تسهیلات زندگی و دسترسی جامعه محلی به منابع تعریف شده است. محققان نشانه‌های توانمندسازی اقتصادی را به‌طور مستقیم با منافع اقتصادی حاصل برای افراد محلی مرتبط می‌دانند. این منافع می‌تواند شامل اشتغال (کوریو و کالفوکورا، ۲۰۱۲)؛ مدیریت جامعه بر منافع مالی و دارایی‌های مولد، حفظ درآمدهای گردشگری در درون جامعه محلی (راموس و پریدوکس، ۲۰۱۴)، توزیع برابر منافع اقتصادی از جمله بهبود تسهیلات (به عنوان مثال منابع آبی)؛ دسترسی به منابع و مشاغل و برخورداری از اثرگذاری سیاسی در دسترسی به حقوق شغلی، مدیریت بهتر و مالکیت بومی باشد (شیونز، ۱۹۹۹؛ کوریا و کالفوکورا، ۲۰۱۲). زمانی که گردشگران فرهنگ ساکنان جامعه محلی را به رسمیت بشناسند و برای آن ارزش قائل شوند، توانمندسازی روانی در عزت نفس ساکنان نمودار

می‌شود. عزت نفس ساکنان با افتخار به داشته‌ها و سنت‌های بومی و تمایل بیشتر جهت اشتراک‌گذاری تجربیات و دانش محلی خود با گردشگران نشان داده می‌شود (جنسن، ۲۰۱۰؛ کوریا و کالفوکورا، ۲۰۱۲؛ بولی و مک‌گی، ۲۰۱۴). همچنین به رسمیت شناختن فرهنگ محلی به وسیله گردشگران باعث می‌شود که تمایل افراد بومی جهت آموزش و یادگیری مهارت‌های مختلف افزایش پیدا کند، امری که غالباً اثر مثبتی بر رفاه (از نظر اجتماعی و حرفه‌ای) بخشی از جامعه به ویژه زنان و جوانان دارد (جنسن، ۲۰۱۰). توانمندسازی اجتماعی با تقویت حس انسجام و یکپارچگی جوامع به واسطه مشارکت در گردشگری نمایان می‌شود. افراد جامعه در انجام اقدامات مختلفی همچون ساخت و ساز یا بهبود زیرساخت‌ها و تسهیلات مختلف با یکدیگر همکاری می‌کنند. همچنین توانمندسازی اجتماعی منجر به ارتباط و همبستگی بیشتر بخش‌های مختلف جامعه با یکدیگر می‌شود و باعث ایجاد حس روحیه اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی (راموس و پریدوکس، ۲۰۱۴؛ بولی، ماریاما و ووزنام، ۲۰۱۵)، بهبود مدیریت و کنترل جامعه بر فعالیت‌های گردشگری (شیونز، ۱۹۹۹؛ راموس و پریدوکس، ۲۰۱۴)، انسجام اجتماعی و تعاملات بهتر جامعه محلی با گردشگران می‌شود (شیونز، ۱۹۹۹؛ جنسن، ۲۰۱۰؛ کوریا و کالفوکورا، ۲۰۱۲). در آخر، توانمندسازی سیاسی زمانی رخ می‌دهد که گروه‌های ذینفع مختلف (به عنوان مثال، زنان و جوانان) به فرآیند تصمیم‌گیری دسترسی و در این فرآیند حق اظهار نظر داشته باشند، بدانند که نظر آنان در توسعه گردشگری اثرگذار است و جایی برای به اشتراک‌گذاری نگرانی‌های خود در مورد توسعه گردشگری در اختیار داشته باشند (فارلی، ۲۰۱۱؛ کوریا و کالفوکورا، ۲۰۱۲؛ بولی و مک‌گی، ۲۰۱۴؛ ونگ و پنگ، ۲۰۱۴). برخی از محققان گردشگری از چارچوب شیونز (۱۹۹۹) در مطالعات خود در زمینه توانمندسازی استفاده کرده‌اند.

کول (۲۰۰۷)، رویز-بالستروس و هرناندز-رامیرز (۲۰۱۰) پی بردند که توانمندسازی باید فرآیندی باشد که امکان مشارکت جامعه در تصمیم‌گیری‌های جمعی، اقدام کردن بر اساس نیازها و به دست آوردن کنترل زندگی را برای جوامع محلی فراهم می‌کند. راموس و پریدوکس (۲۰۱۴) مؤلفه زیست‌محیطی را اضافه کردند که بر استفاده از شیوه‌های گردشگری آگاهانه از نظر زیست‌محیطی متمرکز است و توسط ساکنان محلی کنترل می‌شود، موضوعی که نشان‌دهنده توانمندسازی در گردشگری است.

نظریه چارچوب توانمندسازی لانگ‌وی

لانگ‌وی (۲۰۰۲) چارچوب توانمندسازی جمعی را پیشنهاد داده است که در آن دسترسی زنان به طیف متنوعی از منابع از نیازهای پایه گرفته تا اعتبار، آموزش، خدمات عمومی و تصمیم‌گیری در تمام جوانب مربوط به سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت لحاظ شده است. در چارچوب او از یک دیدگاه کل‌نگر استفاده شده است که در آن منابع مورد نیاز زنان برای پیشرفت در زندگی مد نظر قرار گرفته است. لانگ‌وی همانند رولندز (۱۹۹۷) نگاه کل‌نگری به موضوع «توانمندسازی» دارد. هر دو محقق نیازهای پایه‌ای افراد، ارتقای مهارت‌ها و روابطشان با دیگران را به گونه‌ای که به توانمندسازی آنان کمک کند، مورد تأکید قرار می‌دهند. لانگ وی معتقد است برای توانمندسازی زنان باید پنج مرحله رفاه، دسترسی، آگاهی، مشارکت و کنترل به ترتیب طی شود. رفاه: اولین مرحله در این سطح‌بندی تعریف شده است و توسعه آن می‌تواند به کاهش شکاف جنسیتی کمک کند. منظور از رفاه در اینجا بهبود وضعیت اجتماعی-اقتصادی مانند بهبود وضعیت غذا، مسکن و درآمد می‌باشد. در این مرحله، به جای اینکه زنان خود این منافع را ایجاد و یا بدست آورند، منافع به زنان داده می‌شود. بنابراین این سطح، سطح صفر توانمندسازی است، جایی که زنان دریافت کنندگان غیرفعال هستند که منافع از بالا به آنها داده می‌شود. دسترسی: در این مرحله که اولین مرحله از فرآیند توانمندسازی محسوب می‌شود زنان باید به عوامل تولید (زمین، کار، سرمایه)، فعالیت‌های درآمدزا و خدمات آموزشی که به افزایش تولید و بهبود فرصت‌های کاری آنها کمک می‌کند، دسترسی داشته باشند. البته این خدمات و تسهیلات به واسطه انجام پروژه‌های

مختلف در اختیار آنان قرار می‌گیرد و زنان بر آنها کنترلی نخواهند داشت (قلی پور و رحیمیان، ۱۳۸۸). در این مرحله دسترسی بیشتری به زنان داده شده است (لانگ وی، ۲۰۰۲).

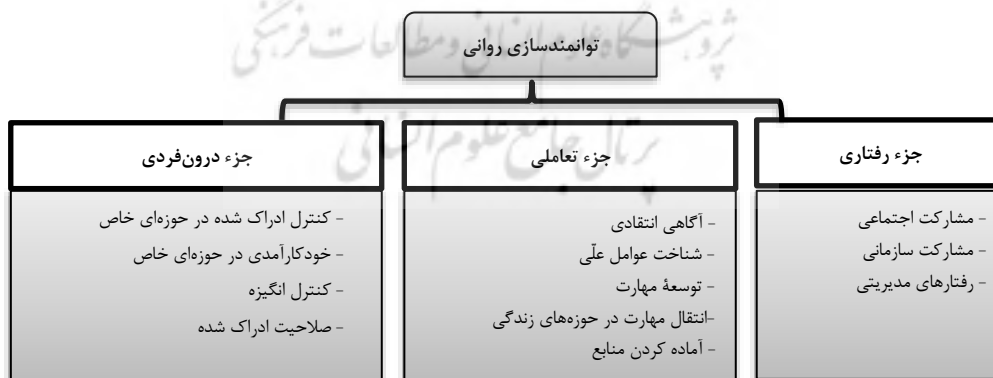
آگاهی: این مرحله به معنای شناخت زنان از تفاوت نقش‌های جنسیتی است. آنها پی می‌برند که مشکلات و کمبود وضعیت رفاه خود نسبت به مردان به علت نداشتن قابلیت‌های لازم و عدم تلاش آنها نیست بلکه این کمبود نسبی در دسترسی زنان به منابع، از شیوه‌ها و قوانین تبعیض‌آمیزی نشأت می‌گیرد که اولویت دسترسی و کنترل را به مردان می‌دهد (لانگ وی، ۲۰۰۲). و همچنین به دلیل تعریف جامعه از نقش‌های جنسیتی است، موضوعی که قابل تغییر است. آگاهی از این مفهوم به معنای باور داشتن برابری است (قلی پور و رحیمیان، ۱۳۸۸). یعنی زنان و مردان این باور را پیدا می‌کنند که نقش‌های جنسیتی قابل تغییر هستند و برابری امکان‌پذیر است.

مشارکت: به معنای فعالیت جمعی زنان برای شناسایی و تحلیل شیوه‌های تبعیض‌آمیزی است که در مسیر راه آنها قرار می‌گیرد و تلاش جمعی برای حذف این شیوه‌ها است (لانگ وی، ۲۰۰۲).

کنترل: سطحی است که زنان تلاش می‌کنند تا برابری جنسیتی در دسترسی به منابع حاصل شود و کنترل بیشتری بر منابع داشته باشند. زنان همکاری آگاهانه‌ای دارند و می‌توانند نقشی فعال در روند زندگی خود و خانواده‌شان داشته باشند. در این مرحله شاهد توازن قدرت میان زنان و مردان هستیم (قلی پور و رحیمیان، ۱۳۸۸ و لانگ وی، ۲۰۰۲).

نظریه زیمرمان

زیمرمان در سال ۱۹۹۵ چارچوبی برای توانمندسازی ارائه کرد که به‌طور گسترده‌ای در زمینه روانشناسی اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این چارچوب متغیرهایی را معرفی می‌کند که در سه بخش مختلف قرار گرفته‌اند، بخش‌هایی که همگی توانمندی روانی را در سطح فردی ارزیابی می‌کنند. هدف اصلی زیمرمان از معرفی این چارچوب، تسهیل توسعه نظریه توانمندسازی و فراهم کردن معیاری برای سنجش توانمندسازی و سلب توانمندی روانی در زمینه‌های مختلف بود. این سه بخش به هم وابسته که در چارچوب زیمرمان مورد بررسی قرار گرفتند عبارتند از: بخش درون فردی (یعنی ادراک فرد از نقاط قوت و کارایی خود)، بخش تعاملی (یعنی دانش و درک فرد از منابعی که در محیط اطراف او در دسترس هستند) و بخش رفتاری (یعنی اعمالی که فرد در ارتباط با محیط انجام می‌دهد).



شکل ۱- توانمندسازی روانی (منبع: زیمرمان، ۱۹۹۵)

پیشینه عملی

خواجه شاهکویی، خوش‌فر و کریمی (۱۳۹۱) به نقش گردشگری در توانمندسازی زنان این روستا پرداختند. در روستای زیارت به واسطه توسعه گردشگری فرصت‌های شغلی و درآمدهای جدیدی برای زنان فراهم شده است. فعالیت در صنعت گردشگری و مواجهه با گردشگران باعث تغییر سبک زندگی و دیدگاه آنان نسبت به جهان و انسان شده است.

علاوه بر این، آشنایی با سبک‌های جدید زندگی، سبب افزایش آگاهی اجتماعی زنان نیز شده است. تمایل به مشارکت در فعالیت‌های خارج از خانه و امید به آینده‌ای بهتر نشانه‌های اجتماعی توانمندسازی زنان بود. آنها دریافتند که زنان از نظر اقتصادی بیشتر از بُعد فرهنگی و اجتماعی توانمند شده‌اند. خواجه شاهرکویی و همکاران علت این امر را این موضوع می‌دانند که توانمندی اقتصادی جز اولویت‌های اصلی زنان است. توانمندی اجتماعی اهمیت کمتری دارد زیرا ایجاد شبکه‌های اجتماعی زمان‌بر است و نمی‌تواند به سرعت تغییر فرهنگی که به واسطه رسانه‌های اجتماعی و تغییر باورهای افراد ایجاد می‌شود، اتفاق بیفتد. با این حال، درجه اهمیت انواع متفاوت توانمندسازی بسته به سن و تحصیلات افراد متفاوت بود: زنان جوان توانمندتر از زنان مسن‌تر بودند و سطح توانمندی اقتصادی زنان تحصیلکرده بیشتر از سایر زنان بود. پژوهشگران نتیجه‌گیری کردند که گردشگری ابتدا می‌تواند در توانمندسازی اقتصادی زنان و سپس در توانمندسازی فرهنگی و اجتماعی آنها نقش داشته باشد. حاجیان (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای تطبیقی میزان توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی در نتیجه توسعه گردشگری زمستانی را در مقصدهای گردشگری خور، شمشک، دربندر و دیزین مورد بررسی قرار داده است. او توسعه گردشگری زمستانی را یکی از راهبردهای توسعه روستایی در مناطق کوهستانی می‌داند که فرصت‌های زیادی را برای مشارکت زنان فراهم کرده و منجر به توانمندسازی اقتصادی آنها می‌شود. نتایج این ارزیابی نشان داد که ظرفیت بازار کار گردشگری از دید زنان در این چهار مقصد و همچنین ساختار مشارکت زنان در گردشگری متفاوت است. مشارکت زنان در گردشگری در مقصدهای مختلف توانسته بود منجر به توانمندسازی اقتصادی آنان گردد. وثوقی و قاسمی (۱۳۹۳) تأثیر توسعه اکوتوریسم بر توانمندسازی اجتماعی، اقتصادی و روانی زنان روستای شیب دراز در جزیره قشم که منطقه حفاظت‌شده‌ای برای لاک‌پشت‌های دریایی پوزه عقابی است را بررسی کردند. آنها دریافتند که حفاظت از لاک‌پشت‌های پوزه عقابی بر جنبه‌های متفاوتی از توانمندسازی زنان که در چارچوب شیونز^۱ (۱۹۹۹) مورد تأکید قرار گرفته، تأثیرگذار بوده است. توسعه گردشگری باعث ایجاد شغل، افزایش درآمد و بهبود مهارت‌های کسب‌وکار برای زنان و تحت‌تأثیر قرار گرفتن دیدگاه‌های سنتی نسبت به فعالیت زنان شده بود. زنان از نظر روانی باور داشتند که می‌توانند بر سرنوشت خود اثرگذار باشند، بر مشکلات غلبه کنند و فقر را از بین ببرند. مشارکت آنها در این طرح حفاظتی منجر به شکل‌گیری این باور شده بود که می‌توانند در خارج از خانه فعالیت کنند و با ملحق شدن به اتحادیه‌ها و ساخت صنایع دستی، کسب درآمد کنند. همچنین گردشگری به آنها انگیزه فعالیت در کارهای گروهی را داده بود. دادوکالایی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «چالش‌های پیش رو زنان در کارآفرینی کشاورزی» به دنبال واکاوی موانع و محدودیت‌های زنان در عرصه کارآفرینی بوده‌اند. در این مقاله که به روش کتابخانه‌ای و جستجوی اینترنتی انجام شده است، در ابتدا به معرفی منابعی که امروزه منابع اصلی برای فهم مقوله کارآفرینی هستند، پرداخته می‌شود و سپس به بررسی مشکلات عمده و چالش‌های پیش روی زنان برای ایجاد مشارکت کارآفرینانه در بخش کشاورزی می‌پردازد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که زنان بر سر راه توسعه کسب و کار خود با چالش‌هایی از جمله چالش‌های فردی-شخصیتی؛ علمی؛ خانوادگی؛ اقتصادی؛ فرهنگی-اجتماعی و محیطی روبه‌رو هستند. آقامانی (۱۳۹۷) با استفاده از رویکرد پدیدارشناسانه و مصاحبه‌های عمیق به بررسی برداشت زنانی که در شهر رامسر، به عنوان یک شهر گردشگرپذیر زندگی می‌کنند از توانمندسازی پرداخته است. در نتایج حاصل از این پژوهش، ده دیدگاه از توانمندسازی شناسایی شد که دو دیدگاه در ادبیات موجود جدید بودند. از دیدگاه زنان مورد پژوهش، داشتن ویژگی‌های رفتاری منحصربه‌فرد همچون اخلاق خوب، شجاعت و مسئولیت‌پذیری نشانی از یک زن توانمند است. همچنین اعتقاد زنان به حضور خداوند در زندگیشان نیز دیدگاه دیگری بود که احساس توانمندی، اعتماد به نفس، یافتن راه حل مشکلات و رسیدن به اهدافشان را

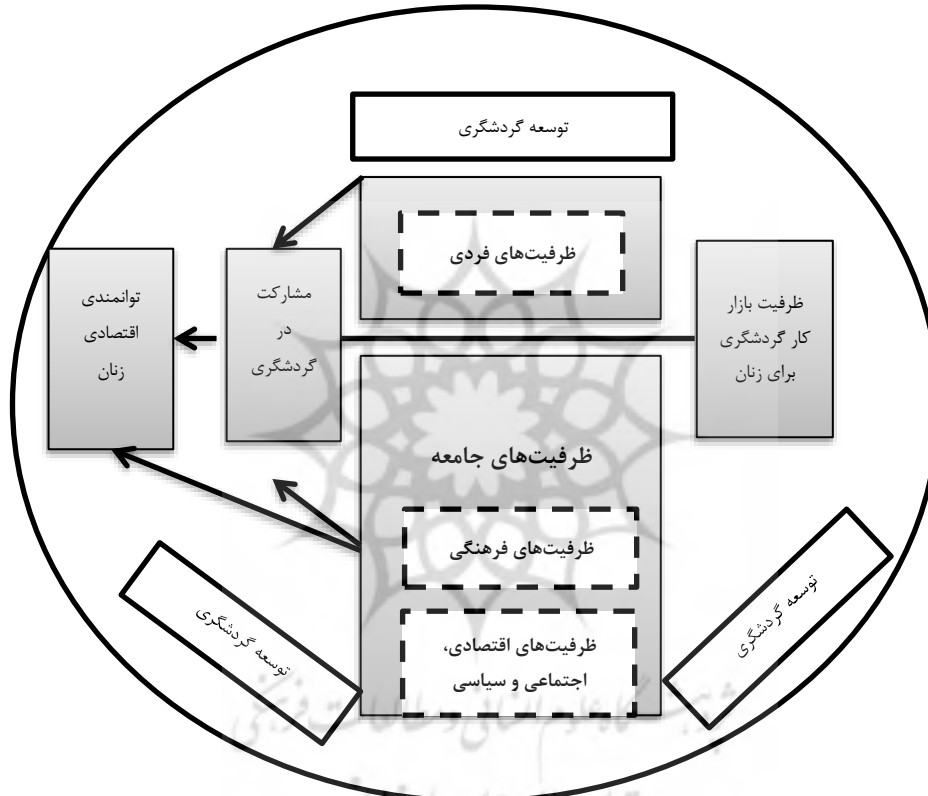
¹ Scheyvens

به آنها می‌داد. این پژوهش نشان داد که وجوه اجتماعی فرهنگی مقصد در ادراک و برداشت زنان از مفهوم توانمندسازی تأثیرگذار است. اعتقاد زنان به حفظ نقش‌های سنتی خود همچون انجام کارهای خانه و حمایت از همسرانشان به عنوان نقش اول خانواده نشانه دیگری از توانمندسازی از دیدگاه این زنان بود. این پژوهش بیان می‌کند که فرهنگ نه تنها نقش مهمی را در زندگی روزانه زنان ایفا می‌کند، بلکه روشی است که به وسیله آن زنان خود را می‌نگرند. طبق نتایج به دست آمده در این پژوهش، نیمی از زنان معتقد بودند که توانمند هستند. دیگر زنانی که بیان کردند تا حدودی توانمند هستند یا توانمند نیستند، معتقد بودند که محدودیت‌های آنان به دلیل ناتوانی‌شان در رسیدن به اهدافشان، پیدا کردن شغل، ایجاد تعادل بین زندگی کاری و زندگی خانوادگی و یا به دلیل تجرب کاری محدود آنها است. به همین دلیل می‌توان گفت که توانمندسازی یک مفهوم صفر و یک نیست بلکه طیفی است که شامل بخش‌هایی همچون توانمند، نسبتاً توانمند و عدم توانمند است که هر کدام نیز به شکل متفاوتی ظاهر میشوند.

بولی و همکاران (۲۰۱۵) چارچوب شیونز را در بستر کشور ژاپن به کار گرفتند. آن‌ها پی بردند که احساس توانمندی اجتماعی (احساس ارتباط با جامعه، داشتن روحیه جمعی و مشارکت در اجتماع) در مردم شهر اوزومی بیشتر از احساس توانمندی روانی (احساس غرور، خاص بودن، تمایل به معرفی فرهنگ منحصر به فردشان به دیگران و تلاش برای خاص نگه داشتن شهر خود) و توانمندی سیاسی (حق اظهار نظر در تصمیم‌گیری‌ها، مشارکت در برنامه‌ریزی گردشگری و احساس اینکه جایی برای به اشتراک گذاشتن ایده‌هایشان وجود دارد) است. گروه بانک جهانی (۲۰۱۷) در یک ارزیابی چند سطحی (در سطوح خانواده، جامعه و اجتماعات بزرگ‌تر) توانمندسازی زنان را مورد ارزیابی قرار داد. در این ارزیابی، ابعاد زیر مورد بررسی قرار گرفتند: بُعد اقتصادی (مدیریت زنان بر درآمد خانواده)، بُعد اجتماعی- فرهنگی (پویایی در زندگی)، بُعد خانوادگی یا میان‌فردی (مشارکت در تصمیمات خانوادگی)، بُعد قانونی (آگاهی نسبت به حقوق قانونی)، بُعد سیاسی (دانش لازم نسبت به فرآیندهای سیاسی و ابزارهای دستیابی به آن) و بُعد روانی (عزت نفس). نقطه قوت این چارچوب بُعد قانونی آن است، مفهومی که در چارچوب‌های دیگر وجود ندارد. علاوه بر این، گروه بانک جهانی بر خلاف دیگر سازمان‌های بین‌المللی (مانند سازمان ملل) سطح وسیع‌تری از توانمندسازی را با بررسی نشانه‌هایی که فرای ابعاد فردی، خانوادگی و اجتماعی هستند، در چارچوب خود گنجانده است. برای مثال، گروه بانک جهانی در ارزیابی توانمندسازی، تصویر مثبت زنان در رسانه‌ها را مد نظر قرار داده است. نقطه ضعف این چارچوب عدم بررسی جنبه‌های فردی یک زن جدا از ساختار خانوادگی است. برای مثال، «دسترسی به منابع موجود در خانواده و مدیریت آن‌ها» یا «مشارکت نسبی در ایجاد حمایت خانوادگی» شاخص‌هایی از توانمندسازی در سطح خانواده هستند. برای زنانی که ازدواج نکرده‌اند و با خانواده خود زندگی می‌کنند، این امر مشکل‌ساز است. آن‌ها ممکن است دسترسی و مدیریت مناسبی بر منابع فردی خود داشته باشند اما از آن‌ها انتظار نمی‌رود که در فراهم کردن حمایت خانوادگی مشارکت کنند؛ در نتیجه بر اساس چارچوب گروه بانک جهانی، از سطح توانمندی پایینی برخوردار هستند در حالیکه این موضوع نادرست است. آکتر و همکاران (۲۰۲۰) نیز به بررسی نقش اعتبارات خرد در توانمندسازی زنان بنگلادش پرداختند. هدف اصلی پژوهش آنان پی بردن به نقش اعتبارات خرد در ایجاد فعالیت‌های درآمدزا برای زنان و تأثیر این اعتبارات بر توانمندسازی اجتماعی-اقتصادی آنان بود. آنها همچنین به دنبال پی بردن به روابط بین ویژگی‌های منتخب زنان با توانمندسازی آنان بودند. نتایج حاصل از مصاحبه‌ها، چهار عامل اصلی را به عنوان چالش‌های اساسی در توانمندسازی زنان شناسایی کرد. کمبود مهارت‌های آموزشی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی جامعه، شرایط اقتصادی ضعیف و هنجارهای مذهبی از جمله این عوامل بودند. سپس جهت غلبه بر این چالش‌ها، فاکتورهای زیر از دیدگاه ارائه‌دهندگان اعتبارات خرد شناسایی گردید: ایجاد فرصت‌های آموزشی برای زنان، اجرای سیاست‌های دولتی، اجرای عادلانه قانون، افزایش آگاهی اجتماعی و اطمینان از امنیت اجتماعی برای دختران و زنان. ابوشوک و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود بیان می‌کنند که امروزه

توانمندسازی زنان به یک عنصر حیاتی در روند توسعه گردشگری پایدار مقاصد گردشگری تبدیل شده است. هدف این مطالعه بررسی تأثیر توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری در بین سه کشور عرب زبان مصر، امارات و عمان است. نتایج نشان می‌دهد که دیدگاه زنان شاغل و کارآفرین در صنعت گردشگری، معیارهای مهمی در توانمندسازی زنان است. نتایج این مطالعه، تأثیرات متفاوت قابل توجهی از توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری در این سه کشور نشان می‌دهد. در این میان، امارات رتبه اول در تأثیر توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری را کسب کرد، پس از آن به ترتیب مصر و عمان قرار دارند.

در نهایت مدل مفهومی این پژوهش به صورت زیر بیان شده است:



شکل ۲- توسعه گردشگری و توانمندسازی اقتصادی زنان (منبع: حاجیان، ۱۳۹۲)

داده‌ها و روش‌شناسی

در این پژوهش از روش‌شناسی کیفی مردم‌نگاری استفاده شده است. در ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای به تدوین مبانی نظری و ادبیات موضوع پرداخته شده است. سپس داده‌های مورد نظر با استفاده از مصاحبه‌های عمیق با زنان شاغل در اقامتگاه‌های بوم‌گردی ضبط، پیاده‌سازی و سازمان‌دهی شده است. در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه مفهومی (مضمون) که توسط اتراید-استرلینگ^۱ (۲۰۰۱) طراحی و معرفی شده است، صورت گرفته است. این نوع تحلیل روشی برای سازمان‌دهی و تحلیل مفهومی داده‌های کیفی است. تحلیل مفهومی به شناسایی مفاهیمی برجسته در یک متن در سطوح متفاوت می‌پردازد. این مفاهیم در قالب شبکه مفهومی که ارتباط بین مفاهیم را در ساختار مشخصی ترسیم می‌کند، بیان می‌شوند. شبکه مفهومی از لحاظ ظاهری شبیه به شبکه-

¹ Attridge-Stirling

های وب ماندنی هستند که سلسله‌مراتب در این شبکه‌ها معنا ندارد و در میان تم‌ها رابطه‌ای سیال و رفت و برگشتی وجود دارد و تأکید زیادی بر رابطه متقابل درون شبکه می‌شود (اتراید- استرلینگ، ۲۰۰۱).

محقق در ابتدا به دنبال این موضوع است که زنان شاغل در اقامتگاه‌های بومگردی با چه چالش‌ها و مسائلی در سطوح خرد، میانه و کلان روبه‌رو هستند؟ دیدگاه آنان نسبت به سطح توانمندی خود به چه صورت است؟ آنها چگونه مسائل موجود را مدیریت، تسهیل و کنترل می‌کنند؟ جامعه آماری این پژوهش، زنان شاغل در اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان هستند. انتخاب اقامتگاه‌های بومگردی به این دلیل بود که تعداد این تأسیسات نسبت به سایر تأسیسات گردشگری همچون هتل‌ها، آژانس‌ها و غیره در استان کرمان بیشتر است و تعداد زنان فعال در این نوع تأسیسات نسبت به سایر تأسیسات صنعت گردشگری نیز بیشتر است. همچنین از آنجا که زنان شاغل در هر یک از بخش‌های صنعت گردشگری تجربه زیسته متفاوتی دارند، احتساب زنان شاغل در تمامی بخش‌ها به عنوان جامعه آماری، نتایج پژوهش را با خطا مواجه می‌کند، زیرا در پژوهش کیفی نمونه باید یک گروه همگن باشد تا بتوان به سیستم معانی مشترک آنان دست یافت (ذکایی، ۱۳۹۹). پژوهش حاضر سعی نموده است چهار استراتژی اعتباربخشی را کسب نماید. این پنج استراتژی عبارتند از مشارکت طولانی و مشاهده‌ی مداوم در میدان تحقیق، بررسی همکاران، تأیید مشارکت‌کنندگان و توصیف غنی. در اولین قدم، محقق سعی کرده است مشارکت طولانی و مشاهده‌ی مداوم در میدان تحقیق داشته باشد. محقق سال‌ها در میدان تحقیق بوده و در زمینه‌ی اقامتگاه‌های بومگردی مطالعه و دغدغه‌ی علمی و اجتماعی داشته است. وی از نزدیک در جریان اتفاقات و اخبار قرار می‌گرفت و آنها را پیگیری می‌کرد. محقق همچنین، نتایج تحقیق خود را به دو نفر از همکاران خود که آنها نیز تجربه‌ی کار میدانی و تحقیقاتی به شیوه‌ی کیفی داشته‌اند، ارائه کرده و از آنها در رابطه با اعتباربخشی داده‌هایش سؤال پرسیده است. در فرایند این مسئله، تعدادی از مفاهیم مورد بازبینی قرار گرفت. در این مسیر، او همچنین از تأیید مشارکت‌کنندگان نیز استفاده کرده است. محقق نتایج تحقیق حاضر را به پنج نفر از مطلعین ارائه کرد و با استفاده از استراتژی تأیید مشارکت‌کنندگان، به تحقیق خود اعتبار بخشیده است. در نهایت، محقق همه‌ی توان خود را برای بررسی دقیق، غنی و با جزئیات تمام انجام داده است. در واقع، همچنان که در کل تحقیق ارائه شده است، محقق سعی نموده است همه‌ی مفاهیم تحقیق را با غنای فراوان و شواهد گسترده از متن سخنان مطلعین بررسی و تحلیل و تفسیر کند و بدین طریق بر غنای اثر بیفزاید. همچنین، محقق در فرایند تحلیل علاوه بر متن مصاحبه، مشاهده‌های مستقیم در میدان تحقیق، یادداشت‌های حاصل از مشاهدات را مورد تحلیل و تفسیر قرار داده است و بر دقت و عمق مفاهیم به دست آمده افزوده است.

از طرف دیگر، پژوهشگران تحقیقات کیفی، به جای استفاده از پایداری که در تحقیقات کمی استفاده می‌شود، از اتکاپذیری استفاده می‌نمایند؛ زیرا یافته‌های مقاله در هر صورت دچار تغییر و دگرگونی خواهند شد و به همین دلیل، باید تا آنجایی که امکان دارد، داده‌ها و نتایج قابل‌اتکا باشند (کرسول، ۱۳۹۱). به همین دلیل، مقاله حاضر نیز در این مسیر گام برداشته است. در این میان، بر اساس پیشنهاد‌های کرسول (۱۳۹۱) برای اتکاپذیری داده‌ها، سعی شد در گام اول، مصاحبه‌های تحقیق در محیطی آرام صورت گیرد و تمامی مصاحبه‌ها به طور کامل ضبط و ثبت گردد. در واقع، سعی شد صدای مصاحبه به طور کامل و با شفافیت زیاد ضبط و ثبت شود. از جانب دیگر، محقق حالات چهره و دیگر عناصر قابل‌توجه در مطلع را نیز در هنگام مصاحبه یادداشت می‌کرد و در هنگام پیاده نمودن متن مصاحبه‌ها نیز آنها را در متن مصاحبه‌ها ذکر می‌کرد. از جانب دیگر، محقق در پیاده کردن صدای مطلعین، وقفه‌ها، مکث‌ها، کشیدن صداها، بغض و غیره را در متن مصاحبه‌ها یادداشت می‌کرد. همچنین برای اطمینان از عدم اشتباهات آشکار هنگام پیاده کردن داده‌ها، به طور مکرر متون اولیه بررسی می‌شد. محقق مکرراً از اینکه در تعریف مفاهیم، تغییری به وجود نیامده و طی فرایند کدگذاری معنای تم‌ها تغییری نکرده است، اطمینان حاصل می‌کرد. این عمل از طریق مقایسه مداوم داده‌های اولیه با

مفاهیم و با نگارش یادداشت‌هایی درباره مفاهیم و تعاریف آنها انجام می‌گرفت. بدین طریق، محقق سعی کرد که تا حد ممکن اتکاپذیری داده‌ها و نتایج خود را افزایش دهد.

قلمرو پژوهش

استان کرمان با مساحت ۱۸۱۷۸۵ کیلومتر مربع، وسیع‌ترین استان کشور است که ۱۱ درصد از وسعت کل ایران را در بر گرفته است و با دارا بودن بیشترین آثار ثبت جهانی (۷ اثر جهانی و ۶۶۰ اثر ملی) یکی از پرجاذبه‌ترین مقصدهای ایران در سطح ملی و بین‌المللی محسوب می‌شود و تنوع اقلیم و پراکندگی جغرافیایی در این استان سبب شده تا شاهد تنوع آب و هوایی بالایی باشیم. مناطقی مانند شهداد دارای اقلیم گرم و خشک و مناطقی همچون میمند دارای اقلیمی سرد و کوهستانی هستند. ظرفیت‌های طبیعی برخی مناطق همچون بیابان جهانی لوت و یا روستای صخره‌ای میمند، وجود آثار تاریخی شناخته شده‌ای همچون ارگ تاریخی بم، تپه‌های کنار صندل جیرفت، ارگ راین و آداب و رسوم محلی همچون عشایر شهرستان بافت و غیره، رشد اقامتگاه‌های بوم‌گردی را در مناطق مختلف آن به همراه داشته است، به گونه‌ای که می‌توان کرمان را نمونه‌ای از یک ایران کوچک دانست. زنان به عنوان نیروهای فعال و تأثیرگذار در این واحدها مشغول به کار هستند. تعداد این تأسیسات نسبت به سایر تأسیسات گردشگری همچون هتل‌ها، آژانس‌ها و سایر تأسیسات گردشگری در استان کرمان بیشتر است. طبق اعلام اداره کل میراث فرهنگی استان کرمان، تعداد ۳۳۱ اقامتگاه بوم‌گردی فعال در استان وجود دارد که ۷۰٪ نیروی شاغل در آنها را بانوان تشکیل می‌دهند (کارشناس بخش اقامتگاه‌های بوم‌گردی اداره کل میراث فرهنگی استان کرمان، ۱۴۰۰). بنابراین، این پژوهش در این میدان تحقیقی صورت پذیرفت و با زنان شاغل (عمدتاً مدیران اقامتگاه) مصاحبه صورت پذیرفت. شکل (۳) پراکندگی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در شهرستان‌های مختلف را نشان می‌دهد.



شکل ۳-پراکندگی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان کرمان

یافته‌ها

بر اساس یافته‌های این مقاله، زنان در مسیر کسب و کار خود در عرصه بوم‌گردی با مسائل و آسیب‌هایی روبه‌رو هستند که به طور دقیق در این قسمت شرح داده می‌شود. آنها با موضوعات متعددی در زمینه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی، خانوادگی و غیره دست و پنجه نرم می‌کنند. اما از طرف دیگر، این مسائل، زمینه رشد، شکوفایی،

قدرت و توانمندی بیشتر آنها را فراهم می‌نماید. در این قسمت، این مسائل و آسیب‌ها از یک طرف و چگونگی توانمندی، کشف راه‌حل مسئله، مدیریت، تسهیلگری و کنترل این آسیب‌ها از طرف دیگر نیز تشریح و تفسیر می‌گردد. این فرایند از کانال روش‌شناختی مشخص و با استفاده از روش تحلیل مضمون شبکه‌ای انجام گردیده است که در این قسمت به طور خلاصه ارائه می‌گردد.

شبکه مستخرج از این مراحل به عنوان مفهوم فراگیر «بحران به مثابه جزء جدایی‌ناپذیر کسب و کار در گردشگری» نام‌گذاری شده است. این شبکه مفهومی به بازنمایی چالش‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، قانونی، محیطی، مدیریتی و خانوادگی در زندگی شغلی زنان در گردشگری می‌پردازد و دربردارنده‌ی نود و سه کد اولیه، نوزده مفهوم بنیادین و نه مفهوم سازمان‌دهنده است.

جدول ۱- از کدهای اولیه تا مفهوم فراگیر شبکه‌ی مفهومی «بحران به مثابه جزء جدایی‌ناپذیر کسب و کار در گردشگری

ردیف	کد اولیه	تم بنیادین	تم سازمان دهنده	تم فراگیر
۱	تنزیل اهمیت کار زنان در بوم‌گردی به فعالیت‌های خانه‌داری صرف و نه یک شغل حرفه‌ای	رویکرد نامطلوب نسبت به زنان شاغل در جامعه	بستر اجتماعی پرحاشیه	بحران به مثابه جزء جدایی‌ناپذیر کسب و کار در گردشگری
۲	باور فرهنگی نهادینه به ناتوانی زنان			
۳	وجود تصورات نامطلوب دیگران از کارآفرینی			
۴	وجود صحبت‌ها و نگرش منفی نسبت به کار در محله			
۵	باور به زن‌ستیزی ایرانیان			
۶	دیدگاه‌های نامطلوب اجتماعی از جانب خویشاوندان			
۷	کلیشه‌های اجتماعی منفی نسبت به زنان			
۸	تصویر ناخوشایند زن کارآفرین در روستا به خاطر عدم آگاهی و عدم مواجهه			
۹	عدم پذیرش یک زن به‌عنوان رئیس یا مدیر در روستا			
۱۰	عدم اعتماد به زنان در جامعه			
۱۱	کنترل اجتماعی زنان			
۱۲	تعریف‌های نادرست از صاحبان اقامتگاه	قضاوت‌های اجتماعی و سوگیری‌های فردی نسبت به زنان شاغل	رویکرد نامطلوب فرهنگی نسبت به کار زنانه	بحران به مثابه جزء جدایی‌ناپذیر کسب و کار در گردشگری
۱۳	قضاوت ارزشی از سوی مشتریان			
۱۴	سوءبرداشت‌های مردم عادی نسبت به زن شاغل			
۱۵	عدم درک و عدم حمایت فرهنگی هم‌استانی‌ها	بار تحمل پایین فرهنگی در میان جامعه محلی		
۱۶	بیگانه‌پرستی هم‌استانی‌ها			
۱۷	چالش تصویر نادرست بوم گردی در میان عامه مردم			
۱۸	ناآگاهی فرهنگی مردم محلی از ماهیت بوم گردی	مسائل فرهنگی گردشگران		
۱۹	علاایق مختلف موسیقایی بین صاحبان اقامتگاه و گردشگران			
۲۰	عدم تطابق نیاز گردشگران با امکانات موجود از لحاظ فرهنگی			
۲۱	تضاد فرهنگی میان جامعه محلی و گردشگران			
۲۲	عدم احترام گردشگران به فرهنگ جامعه محلی			
۲۳	شوک فرهنگی جامعه محلی و گردشگران			
۲۴	تخریب فرهنگی و ارزشی جامعه محلی از طرف گردشگران			
۲۵	تأثیرگذاری گردشگران بر فرهنگ بومی و محلی			
۲۶	عدم استقبال مردم محلی از امتیازات در نظر گرفته شده اقامتگاه برای آنها	ادراک نادرست جامعه محلی از اهمیت سودآوری اقتصادی اقامتگاه	بحران اقتصادی و رویارویی مکرر با مشکلات اقتصادی	
۲۷	نگرش منفی نسبت به مشاغل خانگی و همکاری با			

			اقامتگاه	
			عدم پذیرش جامعه محلی برای همکاری اقتصادی با اقامتگاه	۲۸
			سودآوری اقتصادی کم	۲۹
			قدرت رقابت کم	۳۰
			عدم توانایی اجرای ایده به دلیل نداشتن پشتیبانی مالی	۳۱
			فشار اقتصادی	۳۲
			ترس از مقروض شدن	۳۳
			هزینه بالای بوم گردی	۳۴
			عدم آگاهی از هزینه‌های واقعی بوم گردی	۳۵
			قرض‌های پیشین و عدم درآمدزایی در ۵ سال نخست	۳۶
			عدم توانایی بازپرداخت اقساط اقامتگاه	۳۷
			عدم تناسب مقدار مخارج و مقدار وام	۳۸
			عدم حمایت یا حمایت مالی اندک دولتی	۳۹
			استفاده از بودجه شخصی	۴۰
		چالش‌های آینده‌نگر	تصمیم به تعطیلی اقامتگاه به دلایل مختلف: رکود شغلی، تعداد کم مشتری، موقعیت جغرافیایی نامناسب، عدم قرارگیری در مسیرهای اصلی گردشگری و غیره	۴۱
			چالش بیمه و مالیات در بوم‌گردی	۴۲
		مسائل بین‌نهادی و درون‌نهادی مرتبط با کار زنان	عدم موفقیت در جذب نیروی انسانی کارآمد	۴۳
			عدم وجود رویکرد تخصصی در اداره میراث شهرستان	۴۴
			عدم حمایت میراث فرهنگی و دولت	۴۵
			انتظارات نابجای میراث فرهنگی	۴۶
			عدم توجه به بومی‌گری در بوم گردی	۴۷
			عدم توجه به امان‌های سنتی و بومی در اقامتگاه	۴۸
			عدم آگاهی نهادهای دولتی نسبت به ماهیت بوم گردی	۴۹
			نظارت‌های سخت‌گیرانه از طرف اداره میراث	۵۰
			تعارض فرهنگی محله با گردشگران از لحاظ پوشش	۵۱
			عدم پذیرش فرهنگی جامعه محلی	۵۲
		چالش ارتباطی با جامعه محلی	جامعه محلی ناهمگون و نامطلوب	۵۳
			عدم پذیرش اقامتگاه توسط مردم محلی در آغاز کار	۵۴
			ترس از رفتار نامطلوب جامعه محلی	۵۵
			فاصله با جامعه محلی	۵۶
			عدم پذیرش جامعه محلی در برابر مؤسس غیربومی اقامتگاه	۵۷
			رزرواسیون و کنسلی مکرر	۵۸
			عدم آگاهی مهمانان از شرایط اقامتگاه	۵۹
			زیر سؤال بردن خدمات بوم‌گردی به وسیله مشتری	۶۰
		چالش‌های ارتباطی با گردشگران	مقایسه نابجای امکانات و خدمات هتل با اقامتگاه توسط راهنمایان تور یا برخی از مشتریان	۶۱
			عدم توجه مسافران به امکانات محدود زیرساختی در اقامتگاه (اینترنت، آب گرم و غیره)	۶۲
			ناخشنودی از رفتارهای تبعیض‌آمیز مشتریان	۶۳
			ناخشنودی جامعه محلی از برچسب «روستایی»	۶۴

	مسائل زیرساختی	زیرساخت‌های فیزیکی نامطلوب	۶۵	عدم رضایت از برخورد مشتری
			۶۶	چالش حمل‌ونقل گردشگران
			۶۷	نبود امکانات لازم همچون فرودگاه و دوری راه‌آهن
	قوانین محدودکننده کار زنان	عدم هماهنگی شرایط موجود و قانون‌های بوم گردی	۶۸	دور بودن از شهر
			۶۹	چالش‌های قانونی ارتباط با مشتری
			۷۰	قانون‌گریزی مشتریان (نداشتن شناسنامه و غیره)
			۷۱	عدم مشروعیت قانونی بوم گردی برای مشتریان
	زمینه پرآسیب خانواده ایرانی و کار زنانه	فشار خانوادگی و عدم پذیرش اطرافیان	۷۲	سختگیری‌های قانونی نهادهای مرتبط
			۷۳	عدم رضایتمندی خانواده
			۷۴	اختلاف نظرهای خانوادگی به خاطر سختی کار
		تعارض‌های درون خانوادگی و نقشی	۷۵	فشار از طرف خانواده
			۷۶	تضاد بین نقشی والدین کارآفرین و فرزندان
			۷۷	تضاد نقش مادر- شاغل بودن
			۷۸	تعارض همسر- شاغل بودن
			۷۹	ورود مسائل ارتباطی با خانواده به محیط شغلی
		از دست دادن فرصت برای بودن با خانواده	۸۰	درهم تنیدگی شغل و خانواده
			۸۱	کمبود وقت و زمان برای ارتباط برقرار کردن با فرزندان
			۸۲	فشار کاری زیاد و استراحت کم
			۸۳	دوری از خانواده و دلتنگی
		محدود شدن حریم خصوصی	۸۴	دغدغه فرزند پروری
			۸۵	دغدغه فرزند پروری و تنوع فرهنگی
			۸۶	محدودسازی اعضای خانواده
			۸۷	اشتراکی شدن فضای زندگی و کار
	چالش‌های ارتباطی زوجین در خانواده سنتی	تفاوت سلیقه زوجین	۸۸	از دست دادن احساس رهایی و آزاد
			۸۹	تفاوت سلیقه زوجین
			۹۰	سبک زندگی متفاوت زوجین
			۹۱	تفاوت‌های فردی و شخصیتی زوجین
			۹۲	تأییدطلبی از جانب همسر
			۹۳	انتظار همه‌جانبه از یک زن در جامعه سنتی

۱) تم سازمان‌دهنده: «بستر اجتماعی پرحاشیه»

مسیر توانمندی زنان بخصوص در جامعه‌ای همچون جامعه ایران که دارای محدودیت‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی فراوانی است، مسیری پر چالش است. از جمله چالش‌هایی که زنان کارآفرین مورد مطالعه در این تحقیق با آن روبه‌رو بوده‌اند، چالش‌های اجتماعی است. معمولاً این زنان از رویکرد نامطلوب جامعه بخصوص جوامع محلی و سنتی موردنظر در این پژوهش خاص، نسبت به یک «زن شاغل» ناراضی و در رنج بوده‌اند. آنها بر این باور هستند که مردم محلی و گاهی اعضای خانواده و فامیل آنها، شغل بوم‌گردی را به فعالیت‌های خانه‌داری صرف تقلیل داده و معمولاً این شغل را به‌عنوان یک شغل حرفه‌ای به مشروعیت نمی‌شناسند. آنها معتقد هستند فعالیت بوم‌گردی یک فعالیت حرفه‌ای است، اما هنوز رویکرد افراد در جامعه نسبت به این فعالیت‌ها از سر ناآگاهی است و حتی اگر به عنوان شغل خانه‌داری هم قلمداد گردد، خود شغل خانه‌داری نیز باید به عنوان یک فعالیت حرفه‌ای و تخصصی قلمداد گردد و زنان خانه‌دار نیز باید از جایگاه اجتماعی مطلوب‌تری برخوردار گردند. از طرف دیگر، زنان از رویکرد و باور فرهنگی نهادینه در فرهنگ ایرانی بخصوص فرهنگ جوامع کوچک و سنتی نسبت به زن و ناتوانی آن در انجام امور مهم و مشاغل مختلف احساس انزجار نموده و این رویکرد را به عنوان یک چالش اجتماعی بر سر راه توانمندی زنان قلمداد

می‌کنند. از طرف دیگر، وجود کلیشه‌های جنسیتی درونی شده در فرهنگ سنتی و مردسالار ایرانی نسبت به زنان، توانمندی‌های آنها، ظاهر آنها، کار کردن آنها و غیره نیز یکی از اصلی‌ترین چالش‌هایی است که زنان با آن مواجهه شده‌اند. گاهی اهالی روستا یا محله زن مدیر اقامتگاه را به عنوان یک فرد شاغل یا کارآفرین به مشروعیت نشناخته و در موارد مختلف جنسیت زنانه زن را زیر سؤال برده و برای انجام امور مهم به دنبال برقراری ارتباط با همسر یا پدر این زنان بوده‌اند. این رفتارهای اجتماعی نامطلوب در اذهان زنان به عنوان یک مانع و چالش اجتماعی بر سر توانمندی محسوب می‌گردد و هرچند که آنها تمام تلاش خود را کرده‌اند تا نسبت به این کنترل‌های اجتماعی جنسیتی بی‌تفاوت باشند، اما به‌رحال تکرار این رفتارها در درازمدت باعث فرسایش روانی و انگیزشی این زنان می‌شود.

«بینید خانم‌های توانمند خیلی زیادی داریم، من می‌گم از لحاظ جنسیتی زن‌ها خیلی توانمندتر از مردها هستند، زن‌ها در عین واحد میتونن چند تا کار را انجام بدن درحالی‌که مردها فقط می‌تونند روی یک کار تمرکز کنند یعنی اینو به چشم دیدم، ولی اینکه جامعه زن ستیزه، کلاً ایران ما زن ستیزه یعنی ممکنه به زن پا بده که این کارو بکنه ولی آن‌چنان حمایت نمی‌کنه، حتی من تو دوستای خودم هم دیدم زن‌هایی که پست‌های دولتی دارند ولی مثلاً توی یه جلسه‌ای که دعوت می‌شدند صندلی جلو نمی‌توانند بشینند یعنی دعوتشون نمی‌کنند که صندلی جلو بشینند باید ردیف دوم یا سوم بشینند در صورتی که یک مدیر توانمند باید بشینه صندلی جلو و هیچ فرقی با یه مرد ندارند، به همین دلیل فکر می‌کنم جامعه هنوز آماده نیست که قبول کنه، یا اینکه مثلاً مسخرش می‌کنند که زن هیچی سرش همیشه حالا اومده اینجا، اینا را که دیگه دیدیم و شنیدیم، نه جامعه هنوز آماده نیست».

از جانب دیگر، زنان مورد مطالعه در این پژوهش، از قضاوت‌های اجتماعی و سوگیری‌های دیگران نسبت به شاغل بودن این زنان در رنج فراوان بوده و از اینکه گاه برخی از اهالی تعاریف نادرست یا روایت‌های ناحقی را نسبت به این زنان به دیگران ارائه داده‌اند، ناراحت بودند. این قضاوت‌های ارزشی باعث شده است که این زنان، گاه از لحاظ روانی از اهالی روستا فاصله گرفته و در جریان‌های مختلف گردشگری نتوانند نظر جامعه محلی به‌عنوان یک عامل مهم در موفقیت گردشگری را جلب نمایند.

«حرفای زیادی شنیدیم، گاهی می‌گن حالا دیگه میری واسه بقیه ظرف میشوری، غذا می‌پزی، نمیدونن بوم گردی چیه، مسخره می‌کنن».

«بارها شده مردم روستا تابلو اقامتگاه رو از جا کنندن یا اگر مهمون اومده آدرس غلط دادن».

۲) تم سازمان‌دهنده: «رویکرد نامطلوب فرهنگی نسبت به کار زنانه»

از دیگر چالش‌هایی که در مسیر توانمندی زنان مشهود است، چالش‌های فرهنگی است؛ چالش‌هایی که یا مرتبط با فرهنگ جامعه محلی است و یا مرتبط با گردشگران و مهمانان اقامتگاه است. از طرفی زنان مورد مطالعه معتقد هستند که هم استانی‌ها و مردم محلی درک صحیحی از بوم‌گردی نداشته و از بوم‌گردی حمایت نمی‌کنند. این مشخصه‌ها نشان می‌دهد در مناطق مورد مطالعه، جامعه محلی بار تحمل فرهنگی کافی را نسبت به موضوع بوم‌گردی ندارد. «اهالی خیلی درک درستی از بوم گردی ندارند، گاهی اذیت می‌کنن و بعضی وقتا یه تنش‌هایی به وجود اومده برای گردشگران».

از طرف دیگر، از جانب گردشگران و مهمانان اقامتگاه نیز مسائل فرهنگی متعددی برای زنان مطرح است. معمولاً تفاوت نظر و سلیقه فرهنگی در مورد موضوعات مختلف همچون موسیقی، پوشش و غذا میان «صاحبان اقامتگاه و مردم محلی» و «گردشگران» منجر به تنش‌ها و چالش‌های متعددی می‌گردد. این تضادهای فرهنگی گاه به بی‌احترامی‌های متعدد طرفین منجر می‌گردد و پیشبرد کار گردشگری را با معضل روبه‌رو می‌کند. علاوه بر این، نگرانی دیگری که مدیران اقامتگاه نسبت به گردشگران دارند، احتمال فرهنگ‌پذیری خانواده، فامیل و جامعه از فرهنگ مهمانان و گردشگران است. آنها نگران تخریب ارزش‌های بومی به‌وسیله گردشگران و تأثیر بر نسل‌های جوان در خانواده یا محله هستند که این موضوع، به‌صورت مکرر در گردشگری بخصوص گردشگری روستایی و بالأخص بوم گردی مطرح بوده است و در این تحقیق، نیز به‌عنوان یک مسئله اساسی مطرح شده است. به‌نحوی که، هر مسئله یا چالش فرهنگی

می‌تواند به‌عنوان سدی در مسیر پر چالش توانمندی زنان باشد و آنها را از هدف اصلی خود دور نماید. به‌این‌ترتیب، ادراک زنان از توانمندی‌شان حول‌وحوش موضوعات فرهنگی این‌چنینی بسیار می‌چرخد و به‌واسطه «زن» بودنشان، نگرانی آنها از سایر افراد بیشتر است.

«با مهمونای خارجی مشکلی نداشتم با مهمونای ایرانی چندتایی شون برخورد داشتم، از همین کرمان اومده اینجا فکر کرده چه خبره، من خودم توی محیط کارم آدم پوشیده‌ای نیستم، شالم رو می‌بندم گردنم بازه مانتوام شاید کوتاه باشه یا شاید بلوز شلوار باشم اما اون خانم با تاپ و شلوارک بدون روسری اومده بیرون من بهش گفتم اینجا محیط روستا هست رعایت کنی خیلی بهتره، صدایش را شنیدم که به دوستاش گفت این دختر درودهایی داره به ما می‌گه چی بپوشیم، گفتم حالا بزار این‌جوری فکر کنه یا مثلاً مهمونی داشتم که براش هماهنگ کرده بودم بیاد اونجا صبحانه بخوره. من کیفیت کارم را به‌هیچ‌وجه از بین نمی‌برم حتی اگر برام سودی نداشته باشه، صبحانه رو که خورد برگشت گفت خانم خیلی خوب بود من داشتم به دوستم می‌گفتم اینا احتمالاً گذرشان هیچ‌وقت به شهر نخورده نمیدونند چه خبره و الآن همه‌چیز را خیلی خوب و ارگانیک گذاشتند، منم گفتم آره بچه دهاتم اصلاً نمیدونم کیش کجاست شمال کجاست. نمیدونند من وقتی اراده کنم ماشینم را استارت می‌زنم و میرم. گفتم بزار این‌جوری فکر کنه ولی اتفاقاً جوابش رو دادم گفتم چرا اتفاقاً رفتیم، دیدیم توی دزدی هیچی نیست گفتیم بزار حلال باشه، این حرف رو بهش زدم».

۳) تم سازمان‌دهنده: «بحران اقتصادی و رویارویی مکرر با مشکلات اقتصادی»

چالش‌های اقتصادی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین چالش‌های موجود بر سر راه توانمندی زنان محسوب می‌گردد. زنان معمولاً از موضوعات مختلفی در زمینه اقتصادی رنج می‌برند که اصلی‌ترین آنها ادراک نادرست جامعه محلی از اهمیت سودآوری اقتصادی اقامتگاه است؛ بدین ترتیب که آنها با وجود تلاش‌های مکرر در منطقه برای بهبود وضعیت اقتصادی و جلب مشارکت مردم محلی در فرایند سودآوری اقتصادی اقامتگاه، با عدم استقبال و مخالفت‌های مکرر بومی‌ها و افراد صاحب نفوذ محلی روبه‌رو شده و گاهی نگرش‌های منفی نسبت به این فعالیت، از فرایند سودآوری اقتصادی جلوگیری نموده است. از طرف دیگر، غرور محلی و ارزش‌های سنتی باعث ایجاد رویکرد منفی نسبت به مشاغل خانگی و صنایع دستی قابل فروش در اقامتگاه و منطقه شده است. این مسائل برای زنان مورد مطالعه در این تحقیق، یک موضوع بحث‌برانگیز است.

«سعی کردم اگر از آشناهای اهالی روستا مهمونی کسی میاد خیلی تحویلشون بگیرم و اینکه تخفیف خیلی خوب بهشون بدم که بدونند یه هم‌چین جایی برای اونا هم خوبه، توی سایت هم معرفی کردم هرکی صنایع دستی داره میتونه بیاره اینجا به فروش برسونه، ولی خوب، اهالی استقبال نکردند».

عدم رضایتمندی مالی از بوم‌گردی نیز یکی دیگر از مسائل اقتصادی قابل توجه است. متأسفانه در شرایط کنونی بخصوص بعد از دوران کرونا، اکثر اقامتگاه‌ها با مسائل کلان اقتصادی روبه‌رو شده و سودآوری آنها بسیار تنزل یافت. این مسائل باعث شد این اقامتگاه‌ها قدرت رقابت خود را از دست داده و نتوانند ایده‌های جدیدی برای اقامتگاه خود طراحی نموده و به اهداف و چشم‌اندازهای خود نزدیک شوند. فشار زیاد اقتصادی و هزینه بالای اقتصادی باعث تعطیلی یا متوقف شدن کسب و کار آنان شده است و بسیاری از این اقامتگاه‌ها، جایگزینی برای شغل خود نداشته و با مشکلات متعددی روبه‌رو شده‌اند. آنها معمولاً به خاطر شرایط مالی کنونی، موفق به بازپرداخت وام‌های مختلفی که از دولت گرفته بودند، نشده و با مشکلات عدیده‌ای در این زمینه روبه‌رو شده‌اند.

«بانک قرار بود شش ماه تنفس بده که متأسفانه نداد، الان هر چی میدیم داریم سود وام رو میدیم. الان از حقوق همسر هم میذاریم روش که وام‌ها رو بدیم».

از طرفی، هیچ منابع مالی دولتی و غیردولتی برای حمایت از این اقامتگاه‌ها و صاحبان آنها وجود نداشته و آنها به حال خود رها شده‌اند و مجبور به استفاده از بودجه شخصی (در صورت وجود) شده‌اند. در این میان، زنان که معمولاً تمام امیدشان به درآمد این اقامتگاه‌ها بوده است در این معرکه متضرر گشته و در مواردی فرایند توانمندی‌شان با شکست روبه‌رو شده است.

«فقط مشکل مالی بود که می‌خواستیم اقامتگاه رو گسترش بدیم چند دفعه اقدام کردیم وام بگیریم که نشد یا وام سنگین می‌دادند که ما نمیتونستیم بگیریم دیگه قید وام رو زدیم. رئیس میراث فرهنگی هم که اومد بهش گفتیم که مشکل مالی داریم. چون من خیلی دوست دارم اینجا را گسترش بدیم پارکینگ داشته باشیم سرویس بهداشتی جداگانه، صبحانه خوری، اتاق هامون رو اضافه کنیم که وقتی عیدها شلوغ می شه شرمند کسی نشیم و جا داشته باشیم بهشون بدیم».

۴) تم سازمان‌دهنده: «چالش‌های آینده‌نگر»

آینده، برای گروه مورد مطالعه، یک موضوع مبهم و چالش‌برانگیز است. این زنان نمی‌دانند مسیر گردشگری و بوم‌گردی‌ها به کدام سمت‌وسو رفته و چگونه باید برای آینده برنامه‌ریزی کرد. آنها به دلایل مختلف همچون، رکود شغلی، تعداد کم میهمان، گاه‌ها موقعیت جغرافیایی نامناسب و عدم قرارگیری در مسیرهای اصلی گردشگری و غیره بر سر دوراهی توسعه اقامتگاه یا تعطیلی کامل مانده‌اند. این مسائل به‌عنوان مسئله مشترک همه زنانی است که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

«ما الان اقامتگاه را گذاشتیم برای فروش یکی از دلایلی اینه که اون بازخوردی که فکر می‌کردیم را نداشت حالا میتونه کم‌کاری ما هم باشه ولی خوب بزرگ‌ترین عاملش اینه که میراث فرهنگی نظارتی روی کار همکارها نداره، یک‌دفعه یک عالمه مجوز اومد داد، بدون نظارت و خب الان نرخ شکنی هم میشه، و اینجا جوری هست که هر فصلی گردشگر نداره مثل اصفهان و یزد نیست که در تمام سال به خاطر کارخانه‌ها و شرکت‌ها مسافر بیاد. روستای ما به قول خودمون توی بن بسته، در مسیر شهری نیست که گذرگاه باشه، و امسال هم که دریاچه خشک شده مسافرت‌ها خیلی کمتر شده».

۵) تم سازمان‌دهنده: «مسائل بین‌نهادی و درون‌نهادی مرتبط با کار زنان»

یکی از چالش‌های کلان و ساختاری که بر سر راه توانمندی زنان قرار دارد، ضعف نهادهای مدیریتی و سازمانی در رابطه با اقامتگاه‌های بوم‌گردی است. مسئله عدم مشمولیت بیمه و مالیات‌های سنگین ازجمله مسائل تکراری و چالشی است که برای آنان نیز مطرح است. نبودن نیروی کار تخصصی یکی دیگر از چالش‌های سازمانی اقامتگاه‌ها است. رویکرد اداره میراث فرهنگی به بوم‌گردی نیز خود جای بحث فراوان دارد. معمولاً رویکرد تخصصی نسبت به بوم‌گردی در سازمان‌های مربوطه وجود ندارد و آگاهی لازم نسبت به اهمیت و جایگاه این شغل وجود نداشته و در بسیاری از موارد، صرفاً به‌عنوان یک شغل دیکته شده سیاسی آن را به مردم محلی معرفی می‌نمایند. در واقعیت امر، بسیاری از زنان اذعان داشتند که حمایت کافی از جانب اداره میراث فرهنگی دریافت نمی‌کنند و در مقابل، این اداره کل، انتظارات نابجایی از این رده شغلی دارد و نظارت‌های سخت‌گیرانه‌ای بر بوم‌گردی‌ها اعمال می‌نماید. از سویی زنان مورد مطالعه در این تحقیق از عدم توجه مسئولین میراث به بومی‌بودن، نشانه‌ها و نقوش سنتی و بومی در اقامتگاه‌ها شاکی هستند و معتقد هستند که بسیاری از بوم‌گردی‌ها یک معماری ساده و حتی مدرن دارند و هیچ ارتباطی میان استانداردهای سنتی بوم‌گردی و اقامتگاه موجود وجود ندارد و این یکی از ضعف‌های سازمانی است.

«کارمندی میراث خیلی وقتا برامون مشکل پیش آوردن، وعده دادن عمل نکردن، یا مرتب از لحاظ قانونی بهمون گیر دادن. از طرفی هم همینجوری مجوز میدن به خونه‌هایی که شاید اصلاً معماریشون مناسب نباشه برای بوم گردی، اصلاً دقت نمیکنن به المان‌های بومی و به هر خونه‌ای مجوز میدن».

۶) تم سازمان‌دهنده: «ارتباطات پرچالش اجتماعی»

چالش‌های ارتباطی زنان کارآفرین در این تحقیق به دو دسته چالش ارتباطی با جامعه محلی و چالش ارتباطی با گردشگران تقسیم می‌گردد. آنها از رفتار نامطلوب جامعه محلی در برابر گردشگران و عدم پذیرش فرهنگی جامعه محلی شاکی هستند و معتقد هستند که ارتباط مطلوبی میان مدیر اقامتگاه و کارکنان آن با جامعه محلی وجود نداشته و این واقعیت، یک فاصله اجتماعی میان آنها ایجاد نموده است. در بسیاری از موارد مناطق محلی به‌سختی مؤسس غیربومی اقامتگاه را به رسمیت شناخته و به هر طریقی برای مدیر و کارکنان اقامتگاه مشکلی به وجود آورده‌اند.

«مثلاً همین قناتی که از داخل اقامتگاه ما رد میشه، محلی‌ها فکر می‌کنند ما با هدف مالی این را داریم، میرند پرش می‌کنند، خالیش می‌کنند، براش درب می‌دارند. ما این قدر صنم داریم که دیگه یاسمن توش گمه، اصلاً وقت نمی‌کنیم این قنات را درست کنیم بهش برسیم چون هزینش میلیاردیه، همسرم همیشه میگه که اینا سر دشمنی با قنات راحت می‌تونند این آلاچیق‌هایی که از درخت خرما ساختم و توی اقامتگاه هست را آتش بزنند و همه‌جا آتیش بگیره ولی به خاطر احترام و نفوذی که همسرم توی میراث و جاهای دیگه داره شاید این کارها را نمی‌کنند وگرنه میتونستن. چون ما بومی نیستیم خیلی کارها می‌تونند بکنند».

عدم آگاهی مهمانان از شرایط اقامتگاه، زیر سؤال بردن بوم گردی توسط آنها، رزرو و کنسلی مکرر، مقایسه نابجای امکانات و خدمات هتل با اقامتگاه توسط راهنمایان تور یا برخی از مهمانان، عدم توجه مسافران به امکانات محدود زیرساختی در اقامتگاه (اینترنت، آب گرم و غیره) از جمله چالش‌های ارتباطی با گردشگران است که منجر به ناخشنودی مشارکت‌کنندگان تحقیق از رفتارهای نادرست مهمانان شده است. گاهی برخی مهمانان به دلیل ناآگاهی برچسب «روستایی» با بار منفی به صاحبان اقامتگاه داده و آنها را تحقیر می‌نمایند. این رفتارها منجر به نارضایتی ضمنی برخی زنان از مهمانان شده است.

«حالا به سری مشکلات هم توی اقامتگاه هست، مثلاً بعضی از راهنمای تورها توقعات بیجا دارند مثلاً قبول ندارند که اقامتگاه‌های بوم گردی توی بدترین نقاط آب و هوایی و با کمبود امکانات ساخته می‌شوند، مثلاً اینترنت شاید ضعیفه کمبود آب گرم و برق هست و این جور چیزها ولی اونا انتظارات در حد هتل دارند بعضی از راهنمای تورها توجیه‌اند و به مسافر شون میگند ولی بعضی‌هاشون نه، آدم انتظار نداره راهنمای تور بیاد توی اقامتگاه بگه تو چرا آب گرم نداری حالا باید به ساعت براش توضیح بدی که اینجا هتل نیست که شما همش آب گرم داشته باشید شما باید مسافرت را توجیه کنی که همه هم‌زمان دوش نگیرند چون همون حد آبی هم که هست ممکنه جواب نده چون سیستم هتلی ندارند».

۷) تم سازمان‌دهنده: «مسائل زیرساختی»

زیرساخت‌های فیزیکی نامطلوب در زمینه حمل و نقل، دوری از شهر، نبود امکانات زیرساختی لازم و غیره از جمله چالش‌های فنی، خدماتی و محیطی است که زنان در کار خود با آن روبه‌رو هستند.

«حالا البته جاهایی که اقامتگاه‌ها مرکز شهر هست خیلی راحت تره مثلاً شما یزد را در نظر بگیرید همه امکانات مثل راه‌آهن و فرودگاه نزدیکش هست. دیگه حالا به جایی مثل اینجا را در نظر بگیرید خوب فرودگاه که نداره اصلاً، ایستگاه راه‌آهن خیلی فاصله داره و این بحث حمل‌ونقل توریست‌های خارجی خودش به مسئله‌ای هست که باید با آژانس و این جور چیزها هماهنگ کنید. به بخشش هم دیگه واقعاً نمی‌تونید و خودت باید تقبل کنی. و این که اقامتگاه خارج شهره به ذره به مسائلش اضافه میکنه».

۸) تم سازمان‌دهنده: «قوانین محدودکننده کار زنان»

عدم هماهنگی شرایط موجود و قانون‌های موجود برای اقامتگاه‌های بوم گردی از جمله چالش‌های قانونی است که برای زنان شاغل مسئله‌ساز شده است. آنها از مسائل قانونی مختلف همچون قانون‌گریزی مهمانان (نداشتن شناسنامه و غیره)، سخت‌گیری‌های قانونی نهادهای مرتبط و عدم مشروعیت قانونی بوم گردی برای مهمانان شاکی هستند و معتقد هستند که قوانین موجود سازگاری لازم با واقعیت بوم گردی ندارد، بخصوص برای بوم گردی‌هایی که مدیران زن دارند.

«اگر از لحاظ مسافرا بخواهیم حساب کنیم فقط بزرگ‌ترین مشکل من اینه که بعضیا مثلاً بدون شناسنامه میان البته خدا را شکر ما دیگه چون سفت‌وسخت گرفتیم این مشکلات را الان نداریم. اوایل چند باری برامون اتفاق افتاد بدون شناسنامه میومدن، دوست‌دختر بودند، دوست‌پسر بودند، مشروب می‌خوردند و اینا و حالا اول کار ما خیلی هم وارد نبودیم، یکی دو بار به مشکل برخوردیم که دیگه خداروشکر قوانین سفت و سختی برای اقامتگاه گذاشتیم و دیگه خداراشکر به مشکل آن‌چنانی برخورد نکردیم. با مردم بومی هم سعی می‌کنیم اگه با ما کنار نیامند ما کاری به کارشون نداشته باشیم، یعنی به قول کرمانیا بی‌محلی شون کردیم، ما کار خودمان را انجام دادیم و با بالا بردن کیفیتمون و ارائه خدمات مون به مردم، ثابت کردیم اون حرفی که مردم می‌زنند صحیح نیست».

۹) تم سازمان‌دهنده: «زمینه پرآسیب خانواده ایرانی و کار زنانه»

یکی از اصلی‌ترین مشکلاتی که زنان در موارد متعدد بدان اشاره نموده‌اند، چالش‌های خانوادگی در زمینه‌های مختلف بوده است. اکثر زنان مورد مطالعه در این پژوهش، از ابتدا تا انتهای کار خود با فشارهای مکرر خانوادگی و گاه با عدم پذیرش اطرافیان روبه‌رو بوده‌اند. آنها معمولاً برای راه‌اندازی اقامتگاه با چالش‌های جدی خانوادگی و اختلاف‌نظرهای خانوادگی به خاطر سختی کار روبه‌رو بوده و به سختی توانسته‌اند این چالش‌ها را مدیریت نمایند که این خود نشان توانمندی و قدرت این زنان است.

«مسئله بعدی هم بچه‌ها بودند، دو تاشون ازدواج کردند و دو تاشون هنوز نکردند. خوب من باید اونا را تنها می‌ذاشتم. بچه‌ها از همون خدماتی که من توی اقامتگاه به مهمون میدم، مجبورند همینجا در کرمان برای خودشون استفاده کنند. یعنی عملاً به من می‌گفتند خوب این چی شد شما اونجا داری این خدمات را میدی، خودت را کوچیک می‌کنی بعد ما همینجا این خدمات را داریم پول میدیم می‌خریم. این پول از اینور میاد از اونورش میره و ما هم رضایتمند نیستیم».

از جانب دیگر این زنان، به جهت ماهیت بوم‌گردی که شغلی تقریباً خانوادگی است نگران ورود مسائل ارتباطی خانوادگی به محیط شغلی هستند و معتقد هستند که درهم‌تنیدگی شغل و خانواده در بوم‌گردی مسائل خاص خود را دارد.

«بینید در کل دوران خیلی خوبی بود و خوش گذشت یعنی سخت بود یک چیزهایی را از دست می‌دادی دیگه مثلاً اینکه آخر هفته‌ها مهمونی جشنی چیزی هست و باید با خانواده بری اینا را از دست می‌دادی یا مثلاً پسر امتحان داره باید بری کلاً درگیر مهمون و اینا بشی ولی دوران خوبی بود تجربه خوبی بود».

کار کردن مداوم زنان و فشار ناشی از شغل، فرصت‌های زیادی را از این زنان می‌گیرد، فرصت‌هایی همچون بودن در کنار خانواده، دقت در تربیت کودکان و غیره. این مسائل برای زنان شاغل بخصوص در این شغل بسیار مهم است.

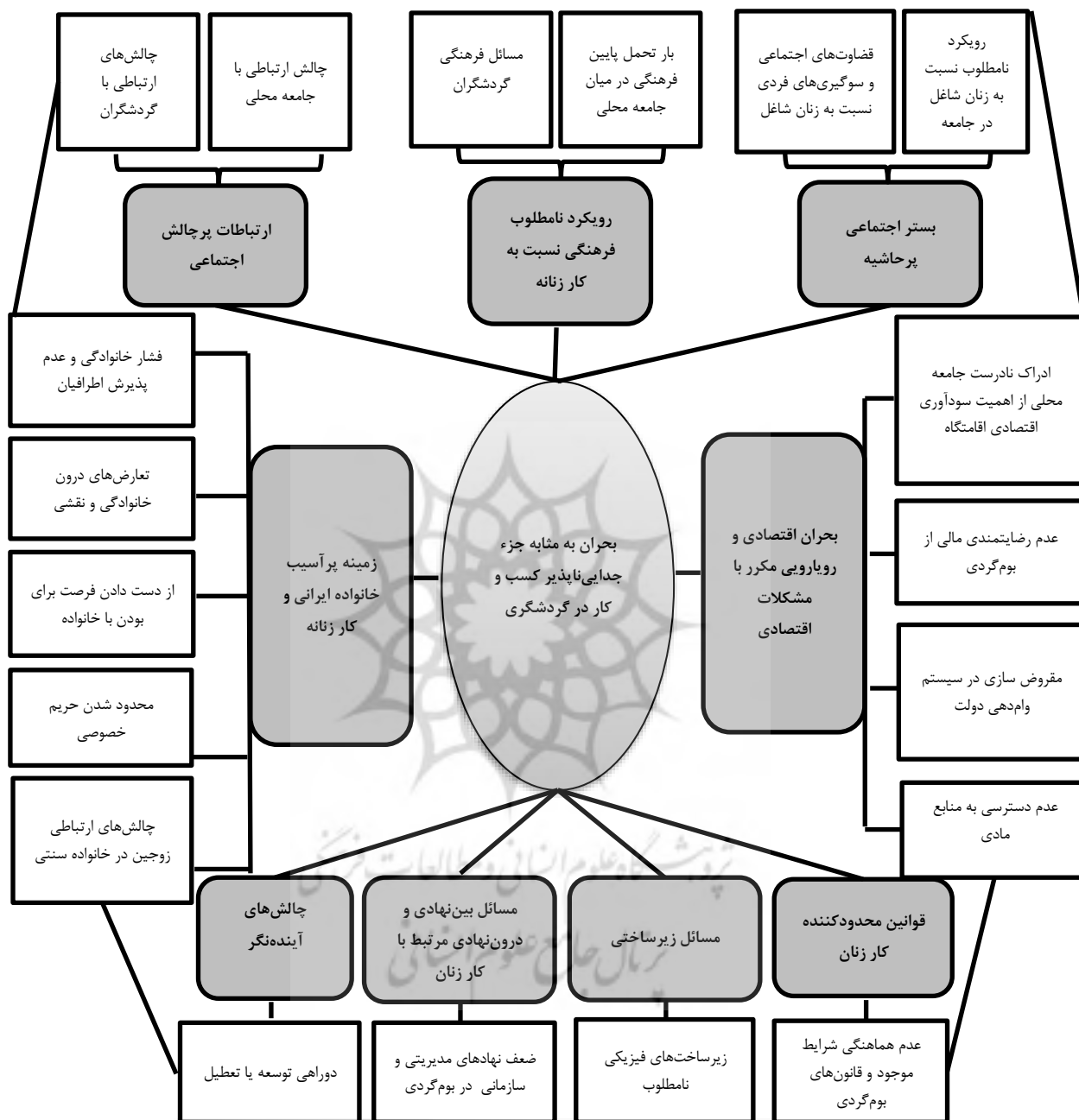
«همیشه خونت شلوغه و آرامش نداری، بعضی وقتا انقدر خسته‌ای که اصلاً حوصله نداری با بچه‌ها ت سروکله بزنی. وقت ندارم همیشه خستم باید به بچه‌ها بگم الان حرف نزن الان نگو الان حوصله ندارم چقدر حرف می‌زنی، این تنها بودن بچه‌ها که چون خودت خیلی کار داری نمیتونی بهشون برسی و همش تو گوش و تبلت هستند را دوست ندارم».

همچنین، این زنان از محدود شدن حریم خصوصی خود در محیط بوم‌گردی گلایه‌مند هستند و معتقد هستند که اشتراکی شدن فضای زندگی و کار باعث از دست دادن احساس رهایی و آزادی برای آنها و خانواده‌شان می‌گردد.

«یه شغل خیلی خیلی سختیه چون همه خانواده را درگیر میکنه و در کنارش بچه‌ها هم اذیت میشن مثلاً بچه‌های من همش اعتراض دارند که مامان چرا اینقدر مهمون میاد خونه ما چرا ما نمیتونیم بریم مهمونی چرا نمیتونم برم تو حیاط چرا میان تو اتاق ما چرا بچه‌هاشون به وسایل دست می‌زنند چون ما همش باهمیم مثلاً اینکه هرروز تو خونتون مهمون باشه چه جوریه کلافه میشه آدم دیگه از یه جایی به بعد هم میشه خونه ما این شکلیه، مثلاً بچه من نمی‌تونه توی حیاط راحت بدوه و با صدای بلند تلویزیون تماشا کنه دوست داره بره رو حیاط و کسی نباشه اما اینجوری نیست ما خیلی قاطی پاتی هستیم با هم، کاریه که خانواده را درگیر میکنه این طور نیست که مثلاً صبح تا شب میری سرکار عصر میای خونه دیگه آرامش داری خونه ما هیچ وقت آرامش نداره همیشه درگیری مثلاً ۱۲ شب خوابی یکی در میزنه یکی آب میخواد یکی چراغ روشن گذاشته باید بری خاموش کنی».

از دیگر چالش‌های خانوادگی زنان کارآفرین، چالش‌های ارتباطی زوجین در خانواده سنتی است. در بسیاری از موارد این زنان از تفاوت سلیقه زوجین، سبک زندگی متفاوت زوجین، تفاوت‌های فردی و شخصیتی زوجین، تأییدطلبی مداوم از جانب همسر و انتظار همه‌جانبه از یک زن در جامعه سنتی در عذاب هستند. این زنان، با این مسائل به‌صورت مکرر روبه‌رو هستند و معتقد هستند این چالش‌ها، مانعی بر سر توانمندی آنها و فرسایش روانی، جسمی و شغلی آنها می‌گردد.

«ایده که زیاد داشتم ولی خوب من با آقام یکم ایده‌هامون با هم فرق میکنه، ما یکی از مشکلاتی که داریم اینه که دوتامون سبک زندگی مون فرق می‌کرده، ایشون کاملاً وابسته به خانواده و من یک آدم مستقل بودم. دیگه توی شرایط کاری بوم‌گردی کنار هم قرار می‌گیریم یکم کارمون سخت میشه. الان در و پنجره‌های چوبی و شیشه‌های رنگی که استفاده کردیم بیشتر ایده من بود، تا عملی شد من خیلی اشک ریختم غصه خوردم گریه کردم. الان هر کدوم توی ذهنمون ایده‌هایی داریم ولی خوب ایده‌هامون از هم فاصله داره».



شکل ۴- شبکه مفهومی «بحران به مثابه جزء جدایی‌ناپذیر کسب و کار در گردشگری» (مأخذ: یافته‌های پژوهش)

«خلق رویکردهای کنترل و مدیریت چالش‌ها به‌وسیله زنان در گردشگری»

اگرچه زنان در مسیر شغلی خود، با چالش‌های متعددی روبه‌رو بوده‌اند، اما آنچه این زنان را از دیگر زنان متمایز می‌نماید، نوع رویکرد آنها به زندگی، نوع مواجهه آنها با مسائل و چگونگی حل چالش‌های اساسی در زندگی شغلی خود است. به همین ترتیب، آنها از رویکردهای متفاوتی برای کنترل یا مدیریت چالش‌های مختلف در زندگی شغلی خود استفاده نموده‌اند. این رویکردها در این بخش مفهوم‌پردازی شده است.

شبکه‌ی مفهومی خلق رویکردهای کنترل و مدیریت چالش‌ها به‌وسیله زنان در گردشگری دربردارنده‌ی پنجاه کد اولیه، هفت تم بنیادین، پنج تم سازمان‌دهنده است که حول محور تم فراگیر «خلق رویکردهای کنترل و مدیریت چالش‌ها به‌وسیله زنان در گردشگری» شکل گرفته‌اند. فرایند بر ساخت این شبکه مفهومی در جدول شماره‌ی ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- از کدهای اولیه تا تم فراگیر شبکه‌ی مفهومی
«خلق رویکردهای کنترل و مدیریت چالش‌ها به‌وسیله زنان در گردشگری»

ردیف	کد اولیه	تم بنیادین	تم سازمان دهنده	تم فراگیر
۱	همراه کردن جامعه محلی با دادن امتیاز به آنها	ارتقاء بار تحمل فرهنگی جامعه محلی	مدیریت چالش‌های فرهنگی	
۲	جلب مشارکت جامعه محلی			
۳	انجام امور عام‌المنفعه			
۴	تذکر بار تحمل فرهنگی روستا به مشتریان			
۶	درک محدودیت‌های محلی			
۷	دیده شدن مسائل بومیان			
۸	استفاده از آداب‌ورسوم محلی در بوم گردی			
۹	استفاده از غذای محلی در اقامتگاه			
۱۰	مقاومت در برابر فرهنگ پذیری			
۱۱	جلب رضایت جامعه محلی از لحاظ ایدئولوژیک			
۱۲	رویکرد جایگزینی جایگزین کردن نیازهای تفریحی عشرتی با سرگرمی‌های مطلوب و پذیرفته‌شده فرهنگی			
۱۳	جلب رضایت گردشگر و جامعه محلی به‌طور هم‌زمان			
۱۴	درک فرزندان از تفاوت فرهنگی			
۱۵	احترام به سنت‌ها در خانواده	در زمینه حل تعارضات	فرهنگی در خانواده	
۱۶	خوش‌رویی با مسافر	به‌کارگیری اخلاق حرفه‌ای	رویکردهای موفقیت شغلی	
۱۷	مبادله انرژی مثبت			
۱۸	کیفیت بالای کار			
۱۹	تجربه کاری زیاد			
۲۰	تبلیغات چهره به چهره			
۲۱	برندسازی			
۲۲	کنترل سوگیری‌های شغلی			
۲۳	تلاش برای دوری از قضاوت همکاران			
۲۴	عشق به مشتری	رضایتمندی مشتری	رویکردهای وفاداری مشتری	
۲۵	ایجاد فضای سبز			
۲۶	تغییر پوشش و شیک‌پوشی			
۲۷	بیان مناسب			
۲۸	صمیمت با مهمان			
۲۹	به‌کارگیری نظم و انضباط			
۳۰	استفاده از نیروی انسانی متخصص			
۳۱	ایجاد مطلوبیت فضایی برای مشتری			
۳۲	کیفیت گرایی در برابر کمیت گرایی			
۳۳	اهمیت ارائه خدمات عالی			

			تأکید بر نظافت اقامتگاه	۳۴
			برندسازی اقامتگاه بر اساس عامل نظافت	۳۵
			جبران کردن کمبودها با ارائه خدمات اضافی و ایجاد ارزش مازاد	۳۶
		نیازسنجی مشتری	تقسیم‌بندی مسافران بر اساس ذائقه و سلیقه و فرهنگ	۳۷
			گفت‌وگو با مشتریان و نظرسنجی در مورد چالش‌ها	۳۸
			توضیح و توصیف اقامتگاه برای مشتریان از قبل	۳۹
			ارسال عکس اقامتگاه از قبل برای مشتریان	۴۰
		ایجاد تجربه مطلوب برای گردشگران	ارائه فرهنگ محلی به گردشگران	۴۱
			استفاده از المان‌های فرهنگی در فرایند کار و ارائه به گردشگران	۴۲
			خاطره سازی	۴۳
			نمایش توانمندی و عزت‌نفس	۴۴
			معرفی جاذبه‌های شهر به گردشگران	۴۵
	رویکردهای خود مراقبتی	خودمداری در محیط شغلی	احساس ارزشمندی و مفید بودن در محیط کار عاملی در برابر فشارهای خانوادگی	۴۶
			تغییر چشم‌اندازهای شغلی و خانوادگی	۴۷
			گرفتن انرژی از محیط کار عامل جبران‌کننده فشارهای خانوادگی	۴۸
			هدفمندی	۴۹
			علاقه به بوم‌گردی	۵۰

۱) تم سازمان‌دهنده: «مدیریت چالش‌های فرهنگی»

با توجه به وجود چالش‌های فرهنگی مختلفی که بر سر راه توانمندسازی زنان وجود داشت، آنها به‌طور حتم از رویکردهای متنوعی برای رفع آن چالش‌ها استفاده می‌نمایند. از اصلی‌ترین این رویکردها، تلاش برای ارتقای بار تحمل فرهنگی جامعه محلی است. آنها معمولاً تمام تلاش خود را می‌نمایند تا جامعه محلی را از طریق اعطای امتیازهای فرهنگی، اقتصادی، امور خیریه، معنوی و غیره با خود همراه نمایند. معمولاً زنان در فعالیتهای گردشگری در منطقه یا روستا سعی بر جلب مشارکت آنها می‌نمایند. انجام امور خیریه و عام‌المنفعه یکی دیگر از استراتژی‌های به‌کاربرده شده به‌وسیله زنان است. همچنین، زنان در ارتباط با گردشگران، سعی می‌کنند قبل از ورود گردشگر یا در زمان ورود گردشگران، بار تحمل فرهنگی روستا و منطقه را به گردشگران گوشزد نموده و سعی می‌نمایند یک همدلی و درک مشترک بین گردشگران و جامعه محلی ایجاد کنند. این زنان تا حدود زیادی تلاش می‌کنند تا در برابر فرهنگ پذیری یا تحمیل فرهنگی به روستاییان مقاومت نمایند. همچنین تلاش می‌کنند تا از لحاظ ایدئولوژیک، رضایت جامعه محلی را جلب نمایند و از طریق رویکرد جایگزین و جایگزین نمودن سرگرمی‌های مطلوب و پذیرفته‌شده فرهنگی با نیازهای تفریحی عشق‌ری، از ورود فرهنگ متضاد با فرهنگ محلی جلوگیری نمایند. از طرف دیگر، زنان مدیر تلاش می‌کنند به‌عنوان یک رسانه عمل کنند و مسائل بومیان را به منابع قدرت انتقال دهند و مشکلات روستا یا منطقه را از طریق ارتباطاتی که دارند تا حدی رفع نمایند. به‌طوری‌که، یکی از زنان مدیر مورد مطالعه در این پژوهش، بعد از ورود به شغل گردشگری موفق به ورود به شورای شهر شده و توانسته قدم‌های اساسی برای توسعه منطقه خود بردارد. از جانب دیگر، زنان مدیر در مناسبت‌ها و موقعیت‌های متفاوت سعی بر استفاده از آداب و رسوم محلی و غذای محلی در بوم‌گردی دارند.

«یه مشکل دیگه هم با مردم روستا دارم که چون غریبم توی روستا و اینجایی نیستم مشکلات زیادی دارم. مثلاً مهمون من دنبال اقامتگاه بود، از مردم روستا که آدرس می‌پرسید، بهش می‌گفتند خانم (نام مدیر) که اینجا کار نمی‌کنه رفته، مهمون زنگ می‌زد به من فحش می‌داد که سرم کلاه گذاشتی، یا اینکه می‌گفتند خانم (نام مدیر) داره توی اقامتگاه فلان می‌کنه بهمان می‌کنه، برای اینکه این مشکل را رفع کنم اومدم مردم روستا را با خودم همراه کردم مثلاً وقتی می‌خوام برم توی شهر خرید کنم میگم فلانی چیزی نیاز نداری برات بخرم، براش خریدم آوردم، حالا یا پول گرفتم یا اون فکر کرد کلاه سر من میزازه، ولی من با دو تا نون قرار نیست ورشکست بشم. من دو تا نون رو بهش دادم و اون پیش خودش فکر کرده زرنگی کرده به من پول نداده ولی تا عمر داره شرمند منه. این‌جوری سعی کردم افراد رو بیارم توی تیم خودم و آنهایی هم که توی تیم من نبودند سعی کردم وقتی مهمون میومد می‌گفت فلان چیز را از کجا بخرم می‌گفتم برو فلان جا بگو من را مدیر اقامتگاه (نام مصاحبه شونده) فرستاده، یا بعضی از مردم روستا که می‌دیدم مریض بودند نیاز به دارو داشتند، با کمک کردن بهشون کشوندمشون توی تیم خودم. مثلاً پیرزن خورده بود زمین سرش زخم شده بود سریع جعبه کمک‌های اولیه رو برداشتم و بردم اونجا ضدعفونی کردم تمیزش کردم بانداژ کردم براش، و هنوزم بهم میگه خدا اموات رو بیامرزه، مگه من چیکار برای تو کردم که تو اون شب اون جور به من رسیدی، من میگم برای خودم این کارو می‌کنم برای کسی کار نمی‌کنم. این‌طور سعی کردم مردم روستا را با خودم همراه کنم اما هنوزم مشکلات هست، خیلی‌ها را سعی می‌کنم اصلاً اهمیت ندنم که چی گفتند. یعنی یه سری مشکلات را با آوردن افراد توی تیم خودم و یه سری را هم با بی‌محلی مدیریتشون می‌کنم».

۲) تم سازمان‌دهنده: «مدیریت تعارض فرهنگی در خانواده»

زنان شاغل در گردشگری، معمولاً تلاش می‌کنند تا خانواده خود را در زمینه تعارضات فرهنگی، توانمند کنند. آنها سعی می‌کنند تا تفاوت‌های فرهنگی و نسبی‌گرایی فرهنگی را برای فرزندان خود توضیح داده و احترام به سنت‌ها و ارزش‌ها را برای خانواده خود درونی نمایند.

«من خیلی به بچه‌ها نتونستم بگم که چون ما سنتی هستیم مثلاً شما هم حتماً باید مثل من باشین، من این‌جوری نگفتم چون بزرگ بودند که ما این کار را شروع کردیم. اونا دیگه خودشون دانشگاه رفته‌اند، خیلی وقت‌ها می‌شینند منو متقاعد می‌کنند که مامان الان اون دوره‌ای که شما فکر می‌کنید نیست اون چیزی که توی ذهن شماست را مردم نمی‌پسندند جوونا الان اینو می‌پسندند فرهنگ فلان شهر ما سرچ کردیم الان این‌جوریه، چون بیشتر با مسافرا در تماس‌اند ولی این‌جورم نبوده که کلاً حجاب را بگذارند کنار یا حیا را بگذارند کنار که مثلاً شرم و حیا بریزه این حالتی نبوده، بالاخره ما توی شهر بزرگی نیستیم و این محیط سنتی را داریم اما اینکه وقتی مهمونا رفتند من با اونا جنگ اعصاب داشته باشم این‌طوری نیست، خودشون درک می‌کنند».

۳) تم سازمان‌دهنده: «رویکردهای موفقیت شغلی»

زنان با به‌کارگیری اخلاق حرفه‌ای در شغل خود، بسیاری از چالش‌های شغلی خود را مرتفع می‌نمایند. آنها از راهکارهای متفاوتی همچون خوش‌رویی با مسافر، مبادله انرژی مثبت و کیفیت بالای کار، تجربه کاری خود را نمایش می‌دهند. همچنین، آنها معمولاً با برندسازی و تبلیغات چهره به چهره معمولاً مسیر پیشرفت خود را هموار می‌نمایند. از طرف دیگر، زنان برای دوری از قضاوت همکاران و سوگیری‌های شغلی، تلاش می‌کنند فضای شغلی خود را پاکیزه نگه‌دارند.

«اولش خوش‌رویی با مسافر، گردشگر واقعی گردشگری هست که به آدم انرژی مثبت میده و آدم میتونه انرژی مثبتش را انتقال بده، دوم کیفیت کاره، من تبلیغاتی نداشتم ولی مشتری خودش مشتری میاره، شده یک مشتری رفته پشت‌بندش یکی دیگه اومده گفته فلانی من رو فرستاده و سومیش هم میتونه خودبزرگ‌بینی خودم باشه، منظورم اینه که یه مثلی هست که میگن با پنج نفر اولی که می‌چرخه شما هم همونطوری میشی، اگه اونا سطح پایین باشند یا اگر سطح بالا باشند درست فکر کنند و میلیونی و میلیاردی درآمد داشته باشند تو هم مثل اونا میشی و فکرت بزرگ میشه، من سعی کردم پنج نفر اول زندگی‌ام را افرادی بگذارم که به میلیارد فکر می‌کنند نه به میلیون، و این اتفاق برام افتاد من الان مشاور کاریم آدمیه که برای خودش مدیره، هم دفتر کارآفرینی داره، هم گله داره، برای خودش دنیایی داره مشاور شخصیم فردیه که ماهی ۳۰ میلیون درآمدشه، عامل پیشرفت و موفقیتیم هم فکر می‌کنم این بوده که آدم‌هایی که تو مسیر می‌خواستند به من ضرر بزنند را حذف کردم، حتی اگر خانوادم بهم

حال بد بودند باهاشون قطع رابطه می‌کنم. یک چیزی که توی گردشگری خیلی سخته اینه که بهترین حال خوب را باید با بدترین حال روحی هم به مشتری بتونی بدی، من توی پروسه زندگیم جدایی داشتم، الان ۴۰ روزه بچم را ندیدم ولی مسافر هیچ وقت نمیتونه درد منو بفهمه، نه که مسافر، دوستانم نتونستند، خانوادهم نتونست. باید با این شرایط حال مهمون را خراب نکنیم، اگر قرار باشه من حال اون رو بد کنم حال خودم بدتر میشه، ولی وقتی خودمو خوب نشون می‌دم همه فکر می‌کنند من یه آدم بی‌غمم، نمیدونن چهل روز بچم را ندیدم. همه فکر می‌کنند یه آدم بی‌خیالم درحالی که همش دارم وانمود می‌کنم. و همین بی‌خیالی باعث شده که همسرم بعد از ۳ سال جدا شدن اصرار می‌کنه که برگرد میگه ماشینتو عوض کردی، ولی نمیدونه تا چکش را پاس کردم جگرم خون شد».

۴) تم سازمان‌دهنده: «رویکردهای وفاداری مشتری»

زنان کارآفرین، از استراتژی‌های متفاوتی برای جلب وفاداری گردشگران و مشتریان استفاده می‌نمایند. آنها معمولاً با عشق به مشتری، صمیمیت با مهمان، به‌کارگیری نظم و انضباط، ایجاد مطلوبیت فضایی برای مشتری و ایجاد فضای سبز، استفاده از نیروی انسانی متخصص، ارائه خدمات عالی، تأکید بر نظافت اقامتگاه و برندسازی اقامتگاه بر اساس عامل نظافت، تغییر پوشش و شیک‌پوشی و استفاده از بیان مناسب سعی بر جلب رضایت مشتری می‌نمایند. آنها در کار خود معمولاً کیفیت را فدای کمیت نمی‌کنند و همچنین، کمبودها را با ارائه خدمات اضافی و ایجاد ارزش مازاد جبران می‌نمایند.

«ما خیلی مسافرهامون رو دوست داریم مسافرهایی که هر سال می‌آند و برمی‌گردند. دوست نداریم وقتی مسافر هامون میانند بوم گردی بسته باشه یا خدایی نکرده جمع شده باشه دوست داریم همیشه درش باز باشه وقتی مسافرا میان حس خوبی بهمون میدن، خیلی از بوم گردی مان تعریف می‌کنند و راضی هستند. همون مردم خود اینجا هم خیلی بوم گردی را دوست دارند. چون فضاها سبز و قشنگه و وقتی میان اونجا، دوستش دارند».

نیازسنجی مشتری ازجمله استراتژی‌های جلب وفاداری مشتری است که زنان شاغل در اقامتگاه، معمولاً مسافران را بر اساس ذائقه، سلیقه و فرهنگشان تقسیم‌بندی می‌نمایند. آنها معمولاً با مشتریان گفتگو نموده و در مورد چالش‌هایشان نظرسنجی انجام می‌دهند. یکی از کارهایی که زنان برای ارتباط با مؤثر و معرفی مطلوب اقامتگاه انجام می‌دهند، توصیف و توضیح اقامتگاه برای مشتریان قبل از رزرو اقامت و ارسال عکس اقامتگاه برای آنها است.

«من همیشه به بچه‌ها میگم مهمون الکی شکایت نمیکنه، اگر کسی ناراضی هست باید علت ناراضی‌اش را پیدا کنیم و مشکلش رو بپرسیم».

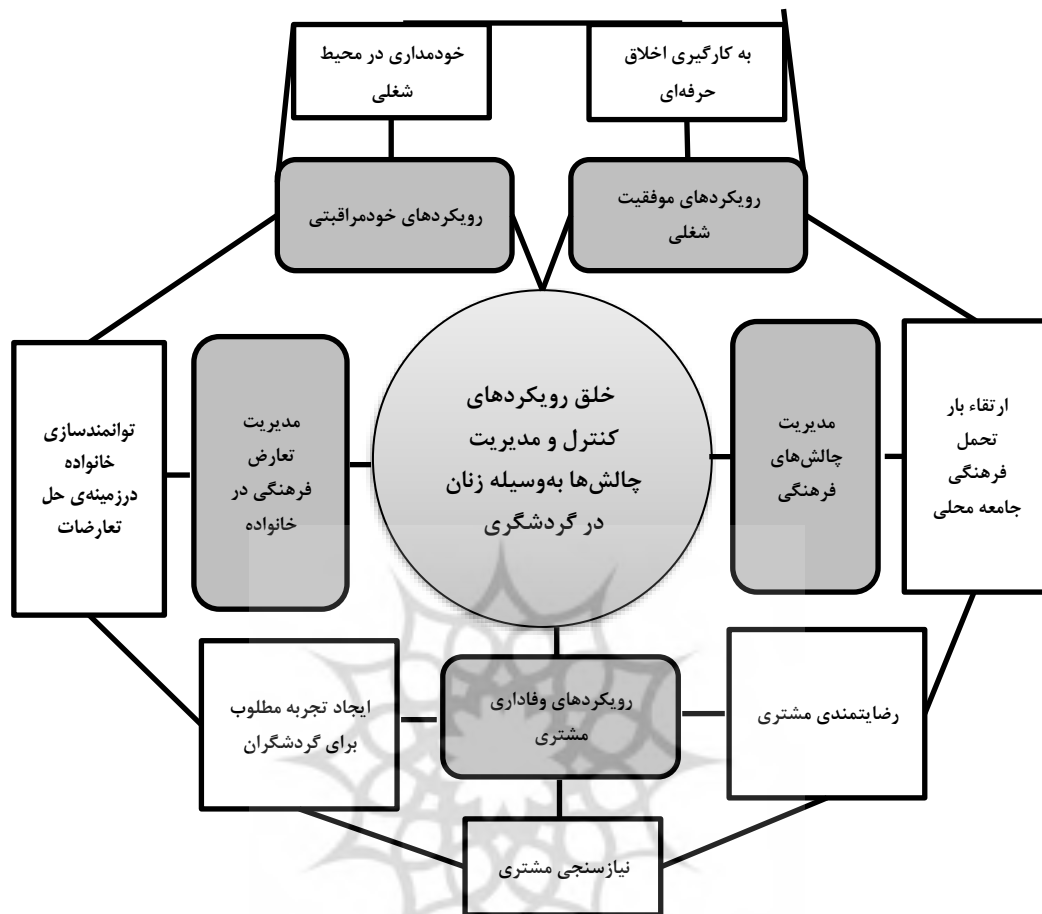
زنان مورد مطالعه در این تحقیق معمولاً با رویکردهایی همچون خاطره‌سازی مطلوب، معرفی جاذبه‌های شهر به گردشگران، استفاده از المان‌های فرهنگی در فرایند کار و ارائه به گردشگران، ارائه فرهنگ محلی به گردشگران و نمایش توانمندی و عزت نفس سعی بر ایجاد تجربه مطلوب برای گردشگران می‌نمایند.

«ما یه مدتی اصلاً با همین شیوه توریست می‌آوردیم خونه یعنی فقط به خاطر این‌که باهاشون ارتباط داشته باشیم و سعی می‌کردیم اون تایمی که باهم هستیم بیرون خرید می‌کنیم به هر دومون خوش بگذره. اولویت بعدی، معرفی جاذبه‌های شهرم به گردشگران بود».

۵) تم سازمان‌دهنده: «رویکردهای خودمراقبتی»

ازجمله رویکردهای موجود برای مقابله با چالش‌های موجود در اقامتگاه، استفاده از رویکردهای خودمراقبتی در طول فرایند شغلی است. آنها معمولاً سعی می‌نمایند امور را بر محور اهداف خود پیش برده و با هدفمندی پیش روند. از جمله رویکردهای خودمراقبتی، تقویت علاقه به بوم‌گردی، یادآوری احساس ارزشمندی و مفید بودن در محیط کار عاملی در برابر فشارهای خانوادگی، گرفتن انرژی از محیط کار به عنوان عامل جبران‌کننده فشارهای خانوادگی و تغییر مداوم چشم‌اندازهای شغلی و خانوادگی است.

«تنها چیزی که بوده اینه که من میتونم موفق بشم. من الان ۴۰ سالمه، ۲۵ سال قبل توی یه شهر و شهرستان کوچیک کلاً عقیده بر این بوده که نیازی نیست دختر درس بخونه، ازدواج کنه و بشیند توی خونه، همیشه عقیده‌ام این بوده که میتونم موفق باشم میتونم توی جامعه باشم که هنوز فکر می‌کنم به اون نقطه نرسیدم».



شکل ۵- خلق رویکردهای کنترل و مدیریت چالش‌ها به وسیله زنان در گردشگری (مأخذ: یافته‌های پژوهش)

نتیجه‌گیری

زنان در مسیر توانمندسازی با چالش‌هایی روبه‌رو بوده‌اند که این موانع و چالش‌ها در ادراک زنان از توانمندسازی جایگاه ویژه‌ای دارد. چرا که آنها در مواجهه با هر چالش، مجبور به ایجاد راه‌حل یا خلق پاسخی مناسب برای آن بوده‌اند و این خلاقیت‌ها و مدیریت‌ها در تهنشت ذهنی آنها به عنوان یک زن کارآفرین و توانمند از اهمیت قابل توجهی برخوردار است و منجر به ساخت هویت متمایز این زنان می‌شود. چالش‌های پیش‌روی زنان در گردشگری، شامل بستر اجتماعی پرحاشیه، رویکرد نامطلوب فرهنگی نسبت به کار زنانه، ارتباطات پرچالش اجتماعی، بحران اقتصادی و رویارویی مکرر با مشکلات اقتصادی، زمینه پراسیب خانواده ایرانی و کار زنانه، قوانین محدودکننده کار زنان، مسائل زیرساختی، مسائل بین‌نهادی و درون‌نهادی مرتبط با کار زنان و چالش‌های آینده‌نگر است.

از جمله این چالش‌ها، چالش‌های اجتماعی و فرهنگی متعددی است که شامل بستر اجتماعی پرحاشیه، رویکرد نامطلوب فرهنگی نسبت به کار زنانه، زمینه پراسیب خانواده ایرانی، مصائب کار زنانه و قوانین محدودکننده کار زنان است که به نوعی این نتایج تأییدکننده پژوهش علیخانی دادوکلائی (۱۳۹۳) است که به چالش‌های فرهنگی- اجتماعی کارآفرینی زنان در عرصه کشاورزی اشاره نموده است و این چالش‌ها در کار او شامل رسوب نگرش‌های تاریخی و فرهنگی، گرایش به کار فردی، وضعیت نامناسب کارآفرینی در جامعه، عدم ساخت فرهنگ کارآفرینی، نبود خانواده حامی و پشتیبان، وجود نظر منفی به کارآفرینی، ارزش کم نوآوری در جامعه (هرندی‌زاده، ۲۰۱۰)، باورهای کلیشه‌ای در مورد

زنان، وجود فرهنگ مردسالاری در سازمان‌ها و جامعه، مناسبات حاکم بر سازمان کار، ناامنی‌های اجتماعی، عدم پذیرش زنان به عنوان همکار در تیم‌های کاری از جانب مردان (هیسریچ و برانچ، ۱۹۸۴؛ جواهری، ۲۰۰۵؛ میرغفوری و همکاران، ۲۰۰۸؛ میرغفوری و همکاران، ۲۰۰۹) می‌شود. از دیگر پژوهش‌هایی که همسو با این پژوهش بوده است، پژوهش آکتر^۱، امتیاز حسین^۲، محبوب^۳، شهاب‌الدین^۴ و چودهری^۵ (۲۰۲۰) است. چالش‌های آینده‌نگر، از جمله مهم‌ترین چالش‌هایی است که زنان در کسب‌وکار خود بخصوص در دوران همه‌گیری کرونا با آن روبه‌رو شده‌اند. به طوری که اکثر زنان مورد مطالعه بر سر دوراهی تعطیلی یا توسعه اقامتگاه قرار گرفته‌اند و وضعیت موجود اقامتگاه جوابگوی نیازهای اقتصادی و شغلی آنها نیست. این مسئله، لزوم اهمیت «آینده‌نگری و آینده‌پژوهی» بخصوص در مطالعات گردشگری را پررنگ می‌سازد. یکی از مهم‌ترین رویکردهای دستیابی به اهداف مدنظر در توسعه پایدار گردشگری، توجه به مبحث آینده‌پژوهی در خصوص چشم‌انداز و دورنمای عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری است (تقوایی و حسینی‌خواه، ۱۳۹۶). در حقیقت برای درک اینکه، آینده چه چیزی را برای گردشگری رقم خواهد زد، ناگزیر به تفکر پیرامون مسائل و موضوعات و محدوده بیرونی گردشگری هستیم، اما نقطه اصلی شروع هر بحثی ایجاد یک چارچوب زمانی برای درک آینده است.

این چالش‌ها به نوعی محدودکننده ابعاد توانمندی زنان هستند که در نظریه چهارچوب قدرتمندی شیونز (۱۹۹۹) توانمندسازی چهار بعد اقتصادی، روانی، اجتماعی و سیاسی دارد که در این پژوهش موانع این مسیر شناسایی شدند. اگر این موانع فرهنگی- اجتماعی برطرف شوند، پیامدهای بسیار مطلوبی در برخواهد داشت که در مطالعات مختلف به آن پرداخته شده است. برای مثال در نظریه چهارچوب توانمندسازی لانگوی، اشاره به این موضوع شده است که افزایش رفاه می‌تواند به کاهش شکاف جنسیتی کمک کند. همچنین، جنسن و دیگران به مؤلفه پذیرش فرهنگ جامعه محلی به‌وسیله گردشگران و ارتباط آن با توانمندسازی اجتماعی و سیاسی اشاره دارند و معتقدند اگر گردشگران فرهنگ ساکنان جامعه محلی را به رسمیت بشناسند و برای آن ارزش قائل شوند، توانمندسازی روانی در عزت نفس ساکنان نمودار می‌شود. عزت نفس ساکنان با افتخار به داشته‌ها و سنت‌های بومی و تمایل بیشتر جهت اشتراک‌گذاری تجربیات و دانش محلی خود با گردشگران نشان داده می‌شود (جنسن، ۲۰۱۰؛ کوریا و کالفوکورا، ۲۰۱۲؛ بولی و مک‌گی، ۲۰۱۴). همچنین به رسمیت شناختن فرهنگ محلی به وسیله گردشگران باعث می‌شود که تمایل افراد بومی جهت آموزش و یادگیری مهارت‌های مختلف افزایش پیدا کند، امری که غالباً اثر مثبتی بر رفاه (از نظر اجتماعی و حرفه‌ای) بخشی از جامعه به ویژه زنان و جوانان دارد (جنسن، ۲۰۱۰). توانمندسازی اجتماعی با تقویت حس انسجام و یکپارچگی جوامع به واسطه مشارکت در گردشگری نمایان می‌شود. افراد جامعه در انجام اقدامات مختلفی همچون ساخت و ساز یا بهبود زیرساخت‌ها و تسهیلات مختلف با یکدیگر همکاری می‌کنند. همچنین توانمندسازی اجتماعی منجر به ارتباط و همبستگی بیشتر بخش‌های مختلف جامعه با یکدیگر می‌شود و باعث ایجاد حس روحیه اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی (راموس و پریدوکس، ۲۰۱۴؛ بولی، ماریاما و ووزنام، ۲۰۱۵)، بهبود مدیریت و کنترل جامعه بر فعالیت‌های گردشگری (شیونز، ۱۹۹۹؛ راموس و پریدوکس، ۲۰۱۴)، انسجام اجتماعی و تعاملات بهتر جامعه محلی با گردشگران می‌شود (شیونز، ۱۹۹۹؛ جنسن، ۲۰۱۰؛ کوریا و کالفوکورا، ۲۰۱۲). در آخر، توانمندسازی سیاسی زمانی رخ می‌دهد که گروه‌های ذینفع مختلف (به عنوان مثال، زنان و جوانان) به فرآیند تصمیم‌گیری دسترسی و در این فرآیند حق اظهار نظر داشته باشند، بدانند که نظر آنان در

¹ Akter

² Imtiaz Hossain

³ Mahbub

⁴ Shahabuddin

⁵ Chowdhury

⁶ Jensen

⁷ McGehee

توسعه گردشگری اثرگذار است و جایی برای به اشتراک گذاری نگرانی‌های خود در مورد توسعه گردشگری در اختیار داشته باشند (فارلی^۱، ۲۰۱۱؛ کوریا و کالفوکورا، ۲۰۱۲؛ بولی و مک‌گی، ۲۰۱۴؛ ونگ^۲ و پنگ^۳، ۲۰۱۴). در اینجا باید اذعان نمود که زنان در حل و مدیریت این چالش‌ها نقشی بسزا دارند و یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که توانمندی زنان در رویارویی با مسائل و چالش‌هایی که در مسیر کسب‌وکار با آن مواجه می‌گردند، خود را به شکل پرننگی نشان می‌دهد. آنها برای رویارویی با چالش‌های مختلف، به خلق راه‌حل و رویکردهایی می‌پردازند که مواجهه آنها را با این چالش‌ها تسهیل می‌سازد. این رویکردهای حل مسئله شامل مدیریت چالش‌های فرهنگی، مدیریت تعارض فرهنگی در خانواده، خلق رویکرد موفقیت شغلی، خلق رویکرد وفاداری مشتری و خلق رویکرد خود مراقبتی است. این یافته‌ها به نوعی همسو با یافته‌های پژوهش‌های آقازمانی (۱۳۹۷)، وثوقی و قاسمی (۱۳۹۳)، خواجه شاهکویی و دیگران (۱۳۹۱) و بولی^۴، ماریاما^۵ و ووزنام^۶ (۲۰۱۵) است. در پایان این نکته حائز اهمیت است که اگرچه زنان در برخی ابعاد به توانمندی مشروط دست یافته‌اند، اما نمونه کامل‌تری از فرآیند توانمندی آنها را می‌توان در مدیریت چالش‌ها و خلق رویکردهای جدید توسط آنان مشاهده نمود.



شکل ۶- چالش‌های پیش روی زنان در گردشگری و چگونگی مواجهه با آنها (مأخذ: یافته‌های پژوهش)

¹ Farrelly

² Weng

³ Peng

⁴ Boley

⁵ Maruyama

⁶ Woosnam

منابع

- حاجیان، حسنا. (۱۳۹۲). *مطالعه تطبیقی میزان توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی در نتیجه توسعه گردشگری زمستانی، مطالعه موردی: مقصدهای گردشگری خور، شمشک، دربندسر، دیزین*. (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- خانی، فضیله. (۱۳۹۰). *تحلیل جنسیتی از درک آثار گردشگری روستایی مورد مطالعه: روستاهای کن سولقان در شمال غرب تهران*. مجله توسعه روستایی، شماره ۴.
- خواجه شاهکویی، علیرضا؛ خوش‌فر، غلامرضا؛ کریمی، لیلا. (۱۳۹۱). *نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان*. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۳)، ۱۰۶-۱۲۵.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۱). *نظریه و روش در تحقیقات کیفی*. فصلنامه علوم اجتماعی ۹(۱۷)، ۶۹-۴۱.
- رحمانی، مریم؛ زندرضوی، سیامک؛ ربانی، علی؛ ادیبی، مهدی. (۱۳۸۷). *نقش اعتبارات خرد در توانمندسازی زنان: مطالعه موردی روستای پشت‌رود بزم*. مطالعات زنان، ۶(۳)، ۱۰۵-۱۳۲.
- و ثوقی، لیلا؛ قاسمی، مهدیه. (۱۳۹۳). *اکوتوریسم و توانمندسازی زنان روستایی*. زن در توسعه و سیاست، ۱۲(۴)، ۵۹۳-۶۱۰.
- علیخانی دادوکلائی، مهدی. (۱۳۹۳). *چالش‌های پیش رو زنان در کارآفرینی کشاورزی*. نشریه کارآفرینی کشاورزی، ۱(۴)، ۳۲-۱۹.
- References**
- Abou-Shouk, M., Taha Mannaa, & M., Elbaz, A. (2021). *Women's empowerment and tourism development: A cross-country study*. Tourism Management Perspectives.
- Akter, A., Imtiaz Hossain, M., Mahbub, A., Md Reaz, K., Shahabuddin, M., Chowdhury, T., & Akter, F. (2020). *The role of Micro-Credit on empowerment of women in Bangladesh*. International Journal of Advanced Science and Technology, 29(2), 368 – 389.
- Attride-Stirling, J. (2001). *Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research*. Qualitative Research, 385- 405. London: Sage.
- Boley, B. B., & McGehee, N. G. (2014). *Measuring empowerment: Developing and validating the resident empowerment through tourism scale (RETS)*. Tourism Management, 45, 85-94.
- Boley, B. B., Maruyama, N., & Woosnam, K. M. (2015). *Measuring empowerment in an eastern context: Findings from Japan*. Tourism Management, 50, 112-122.
- Cole, S. (2007). *Beyond authenticity and commodification*. Annals of Tourism Research, 34(4), 943-960.
- Coria, J., & Calfucura, E. (2012). *Ecotourism and the development of indigenous communities: The good, the bad, and the ugly*. Ecological Economics, 73, 47-55.
- Farrelly, T. A. (2011). *Indigenous and democratic decision-making: Issues from community-based ecotourism in the Boumā National Heritage Park, Fiji*. Journal of Sustainable Tourism, 19(7), 817-835.
- Ferguson, L. (2011). *Promoting gender equality and empowering women? Tourism and the third Millennium Development Goal*. Current Issues in Tourism, 14(3), 235-249.
- Jensen, Q. (2010). *Social mediation in remote developing world tourism locations—the significance of social ties between local guides and host communities in sustainable tourism development*. Journal of Sustainable Tourism, 18(5), 615-633.

- Kabeer, N. (1999). *Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment*. Development and Change, 30(3), 435-464.
- Kline, C., McGehee, N., & Delconte, J. (2018). *Built capital as a catalyst for community based tourism*. Journal of Travel Research, 57, 1-17.
- Ramos, A. M., & Prideaux, B. (2014). *Indigenous ecotourism in the Mayan rainforest of Palenque: Empowerment issues in sustainable development*. Journal of Sustainable Tourism, 22(3), 461-479.
- Rowlands, J. (1997). *Questioning empowerment: Working with women in Honduras*. Ireland: Oxfam.
- Ruiz-Ballesteros, E., & Hernández-Ramírez, M. (2010). *Tourism that empowers? Commodification and appropriation in Ecuador's turismo comunitario*. Critique of Anthropology, 30(2), 201-229.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. Tourism Management, 20(2), 245-249.
- Sen, G., & Mukherjee, A. (2014). *No empowerment without rights, No rights without politics: Gender-equality, MDGs and the post-2015 development agenda*. Journal of Human Development and Capabilities, 15(2-3), 188-202.
- Sharma, A. (2008). *Logics of empowerment: Development, gender, and governance in neoliberal India*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Stone, M. T., & Nyaupane, G. P. (2017). *Ecotourism influence on community needs and the functions of protected areas: A systems thinking approach*. Journal of Ecotourism, 16(3), 222-246.
- Syed, J. (2010). *Reconstructing gender empowerment*. Women's Studies International, 33(3), 283-294.
- Tosun, C. (2002). *Host perceptions of impacts: A comparative tourism study*. Annals of Tourism Research, 29, 231-253.
- Tucker, H., & Boonabaana, B. (2012). *A critical analysis of tourism, gender and poverty reduction*. Journal of Sustainable Tourism, 20(3), 437-455.
- Weng, S., & Peng, H. (2014). *Tourism development, rights consciousness and the empowerment of Chinese historical village communities*. Tourism Geographies, 16(5), 772-784.
- Zimmerman, M. A. (1995). *Psychological empowerment: Issues and illustrations*. American Journal of Community Psychology, 23(5), 581-599.