



<http://doi.org/10.22133/tlj.2026.445221.1161>

Designing a Model of Women's Entrepreneurship in Rural Tourism with a Rural Development Approach

Seyed Saeed Hashemi^{1*}, Mahin Moradbakhsh², Ahmad Pourahmad³

¹ Associate Prof., Faculty of Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran.

² Ph.D. Student in Faculty of Tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran.

³ Prof, University of Tehran, Tehran, Iran.

Article Info

Original Article

Received:
14-03-2024

Accepted:
14-10-2025

Keywords:
Womnn's
Entrepreneurship
Rural Tourism
Interpretive
Structural Modeling
Rural Development

Abstract

The current research aims to design the model of women's entrepreneurship in rural tourism using the structural-interpretive modeling method. This research is practical according to its purpose and exploratory in terms of method with a qualitative approach. To collect data and identify factors, content analysis and review of related texts, as well as interviews with selected experts, were used in the non-random method and snowball technique to achieve theoretical saturation. To collect data from the questionnaire, a structured matrix was developed to determine the relationships between the indicators. The data obtained from the questionnaire was analyzed using structural-interpretive modeling and drawn on three levels in an interactive network, which resulted in the factor of tourism strategy being placed at the highest level. Also, the degree of influence and the degree of dependence of these factors on each other were investigated in the influence-dependence matrix. The results showed that the index of tourism strategy and the development of the tourism services market in the influence-dependence matrix in the dependent area means the highest degree of dependence and the least influence, and eco-oriented job creation factors, introducing and providing services to customers, creating value for customers, analyzing the market in the connected area. That is, they have the most power of influence and the most dependence.

***Corresponding author**

e-mail: hashemi@usc.ac.ir

How to Cite:

hhhhmm, ,,,, oo rddbkksh, .. , & ooorhhmdd. .. (. 026). gggggng a oo dll of Womnn's Enrrprnneurshpp in Rural Tourism with a Rural Development Approach. *Tourism and Leisure Time Journal*, 11(21), 313-334.

Published by University of Science and Culture <https://www.usc.ac.ir>
Online ISSN: 2783-3828

1. Introduction

Today, sustainable rural development depends more than ever on the development of entrepreneurship, and researchers consider rural entrepreneurs to be the biggest lever for the development of rural areas (Aggarwal, 2018). One of the major potentials that has been welcomed in rural areas in the last few years and rural women are widely active in it, is rural tourism. Rural tourism provides a basis for the development of businesses and entrepreneurship due to the new demands of tourists and the need for a diversity of tourism products and services (Rezaei et al., 2019). For this reason, today, entrepreneurship in rural tourism has become increasingly important (Akbarpour and Azimi, 2017). Many developed and developing countries agree that paying attention to women's entrepreneurship is one of the factors that can lead to improved production and productivity. In recent years in Iran, in the field of development and promotion of women's entrepreneurship in villages, measures have been taken to empower rural and nomadic women, creating the necessary skills to start successful businesses, creating new opportunities for rural women, and increasing their income and capital. And helping them to be self-sufficient and independent has been done (Mohvadi and Yaqoubi Farani, 2013; Bagai Ardakani, 2019). The role of rural women in realizing the goals of rural development is undeniable (Bhmail and Sampa, 2005).

Meanwhile, considering the low level of economic participation of rural women and the necessity of their self-employment in the direction of rural development and economic growth and development of the country, and also considering the undeniable contribution of rural women and their entrepreneurial activities in national production and economic development, planning For women's self-employment and entrepreneurship, it is one of the issues that the statesmen and officials of the country care about, and therefore it is necessary to provide suitable conditions for such activities of rural women, considering the potential of the villages, one of the most important of which is tourism, to flourish in this way. Capabilities and abilities of women, with the entry of this group into the business arena, great changes will be made in the economic development of the country (Mohammadi and Sharifi, 2018).

In the meantime, rural women, as a group that can be the initiators of the transformation in the village tourism scene and improve the condition of their family's living capital, are active in a limited way and generally in jobs that are not very profitable and cannot continuously attract tourists. they do This is while considering the potential abilities of women in the field of rural tourism and the tourism potential of the region, which needs more of the abilities and presence of women, the rural women of the region could create entrepreneurship and start small businesses based on it. Provide the means to improve the existing unfavorable situation and not only have positive economic and social effects for themselves, but also be fruitful in the family and rural environment, and by guiding the rural tourism of the region towards sustainability, create the basis for moving in the direction of environmental creation to become viable and resilient in their villages. Now, on this basis and according to the principle that to solve every issue and problem in rural environments, there is a need for comprehensive identification of the existing situation to accurately analyze and find the structural roots of the issues, to get out of the unfavorable situation of activity and creation and Setting up micro-businesses of women entrepreneurs in the tourism field of this province, in this research we intend to find out how to provide the entrepreneurship process of women in rural tourism by presenting the model of women entrepreneurship in rural tourism with the approach of rural development. The knowledge obtained from such an approach will facilitate rural development, and at the same time, tourism services will be valuable from the point of view of travelers, tourists, and women working in the village. Therefore, considering the existing problems, it is necessary to develop a model of women's entrepreneurship in rural tourism. Arrive therefore, this research seeks to pave the way by designing a conceptual model in this direction by answering the following question: What is the interpretive structural model of women's entrepreneurship in rural tourism?

2. Theoretical

Entrepreneurship plays an important role in the economic development of a country and is considered the only solution for the growth of assets, job creation, and provision of new and better goods and services (Kumar, 2019). Entrepreneurship has an important place in rural tourism (Sivchina, 2016). Meanwhile, the full participation of women in entrepreneurship based on the principle of equality from a gender point of view is a fundamental factor in economic growth and development and poverty reduction (Singh, 2016). The activities of women entrepreneurs

in agricultural tourism affect achieving sustainable development in villages (Dehri and others, 2021). Rural women's entrepreneurship does not require formal and professional education, but the knowledge and experience that has been passed down from generation to generation is sufficient; Therefore, on the one hand, government support should be directed to these female entrepreneurs in areas where they lack knowledge, such as sharing expertise (for example, management and marketing), and on the other hand, government support in creating an entrepreneurial culture for women. The village can facilitate the coordination between stakeholders, including the main actors and other factors, which means that the entrepreneurial event in rural women that requires risk-taking, with innovation and new approaches can create more progress in rural communities. In addition, the success of women's entrepreneurial actions depends on the cooperation and creation of networks among different actors (individuals, supply agencies, and organizations) who live in rural communities (Pato, 2015; Shirmohammadi and Azaasi, 2019). A rural female entrepreneur can be considered a person who creates general changes in the village environment by creating innovation in most social goods; therefore, the female entrepreneur is an important factor in the economic development of villages (Motulakshmi and Gurudevi, 2019).

Rural tourism is one of the types of low-cost tourism that is widely used throughout the world (Parsishvili and others, 2017). Rural tourism is a pure form of tourism that is very important to attract city dwellers to visit it. In this type of tourism, the real display of rural life, leisure time, creativity, ethnicities, local culture, exhibitions and festivals, local handicrafts, change of seasons, etc. are attractive for tourists (Madani and Taqwa Zirivani, 1401). Compared to the global tourism market, rural tourism in all its forms; is a relatively small part, because the majority of tourism is still concentrated in the beaches and cities (Shecherbachenko and others, 2021).

Vukovic et al. (2023) in research entitled "Rural Tourism Development, entrepreneurship, and Women's Empowerment - A Case Study in the Countryside of Serbia" investigated the research question, this study adopted a quantitative research that included a sample of 513 women in a region. It was a less advanced village in Serbia. The generalized linear regression model (GLM) was used to analyze the data. The results showed that self-employment is the main goal of empowering women. The most important practical implications of this article are two: (1) the research results have shown that the tourism potential of rural areas can be increased through the support of local tourism stakeholders. (2) Women without professional interests or jobs in rural areas, especially in areas where the population is traditionally dominated by men (husbands/brothers/fathers), have more opportunities for earning and economic independence. This research can influence future studies to investigate other aspects of empowerment depending on regional differences, on the one hand, as well as alternative opportunities for tourism and local development in less-developed rural areas, on the other.

3. Methodology

The purpose of this research is to present the model of women's entrepreneurship in rural tourism. Therefore, the research has an exploratory nature with a qualitative approach. Interpretive Structural Modeling (ISM) has been used to determine the sequence and relationships between the identified elements. To collect data and identify factors, through content analysis and review of sources, books, and interviews with participants, including university experts and organization experts who have a series of characteristics such as doctorate degrees and scientific productions (books, articles, etc.) and experience the high performance in this field was used. Also, for the selection of experts, a non-random method was used with the snowball technique until theoretical saturation was achieved.

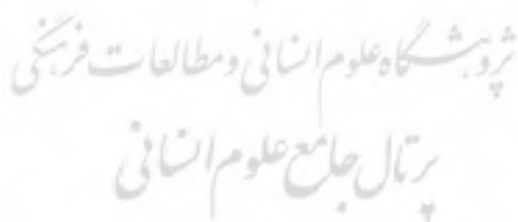
4. Findings

To identify indicators and effective factors, content analysis and interviews with ten selected experts were used. The seven steps of interpretive-structural modeling are the first step, identifying the factors related to the problem; The second step is the formation of the structural self-interaction matrix (SSIM); The third step is the formation of the initial achievement matrix (IRM); The fourth step is forming the final access matrix (FRM); The fifth step, determining relationships and leveling factors; The sixth step: drawing the structural-interpretive model and the seventh step, analyzing the power of influence and the degree of dependence (Mik Mak).

After determining the input and output sets, their share is determined for each of the factors. Variables whose output and common sets are completely similar are placed at the highest level of the structural-interpretive model hierarchy. To find the components of the next level of the system, the components of the highest level are removed in the mathematical calculations of the related table and the related operations determining the components of the next level is done in the same way as determining the components of the highest level. Finally, according to the levels of the factors and the final access matrix and through the elimination of secondary relationships, the final model is obtained.

5. Conclusion

Due to the lack of suitable conditions, women have not benefited from many potentials for entrepreneurship, which is why in every economy where these conditions are provided, we see the rapid growth of women's entrepreneurship rate. One of the important fields in the discussion of entrepreneurship and development of rural communities, especially villages with tourism potential, is the proper and optimal use of the abilities and talents of rural women in these communities. Considering this issue, the importance of the special position of rural women and creating employment for them is necessary and far from avoiding, because women play a significant role in the rural economy and production. In this regard, the factors of women's entrepreneurship in rural tourism have been identified. After identifying the factors through the achievement matrix, an attempt was made to investigate the factors affecting women's entrepreneurship in rural tourism. In the analysis of the obtained result according to the model, it should be said that at the first level, the factor of tourism strategy, the second level is the factor of developing the tourism service market, and at the third level, the factors of creating value for customers, introducing and providing services to customers, developing the tourism service market, creating eco-oriented employment. In the influence-dependence matrix, it is clear that the factor of tourism strategy and the development of the tourism services market is in the second area (dependent), which has the least influence and the highest degree of dependence and does not help in achieving other factors. To successfully implement the model of women's entrepreneurship, this framework must be regularly and continuously monitored and controlled so that deviations from its goals and plans are identified and corrected. In this regard, developing appropriate tools and metrics to measure the effects of implementing this model in specific periods can provide appropriate corrective measures to women entrepreneurs if necessary.





گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/tlj.2026.445221.1161>

طراحی الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی با رویکرد توسعه روستایی

سیدسعید هاشمی^۱، مهین مرادبخش^۲، احمد پوراحمد^۳

^۱ دانشیار، دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

^۲ دانشجوی دکتری، دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ تهران، ایران.

^۳ استاد، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله

چکیده

مقاله پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۴
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲
واژگان کلیدی: کارآفرینی زنان گردشگری روستایی مدل سازی ساختاری - تفسیری است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، ماهیت اکتشافی با رویکرد کیفی دارد. برای گردآوری داده ها و شناسایی عوامل، از روش تحلیل محتوا و مرور متون مرتبط استفاده شده است. همچنین مصاحبه با خبرگان منتخب به روش غیرتصادفی و با بهره گیری از روش گلوله برفی تا رسیدن به اشباع نظری انجام شد. برای جمع آوری داده ها، پرسش نامه ای ماتریسی و ساخت یافته برای تعیین ارتباطات بینابینی شاخص ها تدوین شد. داده های حاصل از پرسش نامه با استفاده از مدل سازی ساختاری - تفسیری تحلیل و در سه سطح، در یک شبکه تعاملی ترسیم شد که در نتیجه، عامل «استراتژی گردشگری» در بالاترین سطح قرار گرفت. همچنین قدرت نفوذ و میزان وابستگی این عوامل نسبت به یکدیگر در ماتریس قدرت نفوذ - وابستگی بررسی شد. نتایج نشان داد که شاخص های «استراتژی گردشگری» و «توسعه بازار خدمات گردشگری» در ماتریس قدرت نفوذ - وابستگی در ناحیه وابسته قرار دارند؛ یعنی بیشترین میزان وابستگی و کمترین نفوذ را دارند؛ در حالی که عوامل «اشتغال زایی بوم محور»، «معرفی و ارائه خدمات به مشتریان»، «خلق ارزش برای مشتریان» و «تحلیل بازار» در - تفسیری ناحیه متصل قرار دارند؛ به این معنا که بیشترین قدرت نفوذ و بیشترین میان وابستگی را دارا هستند.

*نویسنده مسئول

رایانامه: hashemi@usc.ac.ir

نحوه استناددهی:

هاشمی، سیدسعید، مرادبخش، مهین، و پوراحمد، احمد (۱۴۰۵). طراحی الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی با رویکرد توسعه روستایی. گردشگری و اوقات فراغت، ۱۱(۲۱)، ۳۱۳-۳۳۴.

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

شاپای الکترونیکی: ۲۷۸۳-۳۸۲۸

مقدمه

امروزه توسعه پایدار روستایی بیش از هر زمان دیگری وابسته به توسعه کارآفرینی است و محققان، کارآفرینان روستایی را مهم‌ترین اهرم توسعه مناطق روستایی می‌دانند (Aggarwal, 2018). یکی از پتانسیل‌های عمده‌ای که در نواحی روستایی در سال‌های اخیر با استقبال روبه‌رو شده و به‌ویژه زنان روستایی در آن نقش فعالی یافته‌اند، گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی به‌منزله ابزاری برای بازسازی و بازآفرینی محیط اقتصادی و اجتماعی روستاها در نظر گرفته شده است. این صنعت به‌عنوان سریع‌ترین صنعت در حال رشد جهان، با جذب مشارکت زنان و حمایت از توانمندی‌های آنان، زمینه‌ساز تحرک زنان روستایی و کارآفرینی آن‌ها شده است (Marma, 2015; Nemirshi, 2010). همچنین، گردشگری روستایی به‌علت وجود تقاضاهای جدید گردشگران و نیاز به تنوع محصولات و خدمات گردشگری، زمینه‌ای برای توسعه کسب‌وکارها و ارتقای کارآفرینی فراهم می‌آورد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹).

به همین دلیل، امروزه کارآفرینی در گردشگری روستایی اهمیت روزافزونی یافته است (اکبرپور و عظیمی، ۱۳۹۷). صاحب‌نظران بر این باورند که کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند به‌عنوان راهبردی نوین، در کاهش فقر، بیکاری و مهاجرت در روستاها و دستیابی به توسعه پایدار روستایی نقش مهمی ایفا کند (عباسی و همکاران، ۱۴۰۱). بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بر این مسئله توافق دارند که توجه به موضوع کارآفرینی زنان یکی از عواملی است که به بهبود تولید و بهره‌وری منجر می‌شود. در سال‌های اخیر، در ایران نیز در زمینه توسعه و ترویج کارآفرینی زنان در روستاها، اقداماتی با هدف توانمندسازی زنان روستایی و عشایری، ایجاد مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای موفق، فراهم کردن فرصت‌های جدید برای زنان روستایی، افزایش درآمد و سرمایه آنان و کمک به خودکفایی و استقلال آنان انجام شده است (موحدی و یعقوبی فرانی، ۱۳۹۳؛ بقایی اردکانی، ۱۳۹۹).

نقش زنان روستایی در تحقق اهداف توسعه روستایی، انکارناپذیر است (Bhuimail & Sampa, 2005). در بسیاری از کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۱ هر روز بر تعداد زنان کارآفرین افزوده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که این سازمان در آمار خود در سال ۲۰۱۰، اظهار کرده است که ۱۰ میلیون زن کارآفرین در اروپا برای ۱۵ میلیون نفر و ۶/۴ میلیون زن در ایالات متحده آمریکا برای ۹/۲ میلیون نفر شغل ایجاد کرده‌اند (Flatte, 2012; Ball, 2005). همچنین، در سال ۲۰۰۹ در کشور دانمارک، سازمان سرمایه‌گذاری و تولید در این کشور، برنامه‌ای عملیاتی برای افزایش کارآفرینان زن طراحی و اجرا کرده است (Nedelcheva, 2012). در کشور هند نیز سازمان توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بانک‌های کشور و به‌ویژه بانک توسعه صنایع کوچک در هند و حتی سازمان‌های غیردولتی، طرح‌هایی ویژه را برای کارآفرینی زنان، به‌ویژه در نواحی روستایی، به اجرا می‌گذارند (Vinesh, 2014).

در این میان، به گزارش سازمان جهانی نظارت بر کارآفرینی^۲، در سه سال اخیر منتهی به سال ۲۰۱۲، زنان ۸۳ میلیون کسب‌وکار راه‌اندازی کرده‌اند (Flatte, 2012; Niethammer, 2013). این در حالی است که آمارها نشان می‌دهد کمتر از ۱۰ درصد از کارآفرینان در ایران زن هستند (محمدی و شریفی، ۱۳۹۸). در این میان، با توجه به پایین بودن میزان مشارکت اقتصادی زنان روستایی و ضرورت خوداشتغالی آنان در راستای توسعه روستایی و رشد و توسعه اقتصادی کشور و نیز با عنایت به سهم انکارناپذیر زنان روستایی و فعالیت‌های کارآفرینانه آنان در تولید ملی و توسعه اقتصادی، برنامه‌ریزی برای خوداشتغالی و کارآفرینی زنان از مسائل مورد توجه دولتمردان و مسئولان کشور است. ازاین‌رو، ضروری است شرایط مناسب برای این‌گونه فعالیت‌های زنان روستایی، با توجه به پتانسیل‌های روستاها، که یکی از مهم‌ترین آن‌ها گردشگری است، در ایران فراهم شود تا از این طریق، ضمن شکوفایی قابلیت‌ها و توانایی‌های زنان، با ورود این قشر به عرصه کسب‌وکار، تحولات چشمگیری در توسعه اقتصادی کشور ایجاد شود (محمدی و شریفی، ۱۳۹۸).

1. OECD

2. Monitor Entrepreneurship Global

در این میان، زنان روستایی به عنوان قشری که آغازگر تحول در عرصه گردشگری روستا و بهبود وضعیت سرمایه‌های معیشتی خانواده‌هایشان هستند، به صورت محدود و عمدتاً در مشاغل فعالیت می‌کنند که چندان درآمدزا نیست و نمی‌تواند به طور مستمر جاذب گردشگران باشد. این در حالی است که با توجه به توانایی‌های بالقوه زنان در عرصه گردشگری روستایی و پتانسیل‌های منطقه — که تحقق آن‌ها بیش از هر چیز به توانایی‌ها و حضور زنان نیاز دارد — زنان روستایی منطقه می‌توانستند با ایجاد کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک مبتنی بر این ظرفیت‌ها، موجبات بهبود وضعیت نامطلوب موجود را فراهم آورند و نه تنها آثار مثبت اقتصادی و اجتماعی برای خود ایجاد کنند، بلکه در سطح خانواده و محیط روستایی نیز نقش مؤثری ایفا نمایند. افزون بر این، با هدایت گردشگری روستایی منطقه به سوی پایداری، می‌توانستند زمینه‌ساز حرکت در مسیر ایجاد محیطی زیست‌پذیر و تقویت تاب‌آوری در روستاهای خود شوند.

اکنون بر این مبنا و با توجه به این اصل که برای حل هر مسئله و معضل در محیط‌های روستایی، به شناسایی جامع وضعیت موجود به منظور تحلیل دقیق و ریشه‌یابی ساختاری موضوعات نیاز است و همچنین به منظور برون‌رفت از وضعیت نامطلوب فعالیت و ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه زنان در عرصه گردشگری استان مازندران، این پژوهش بر آن است که با ارائه الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی با رویکرد توسعه روستایی، مشخص سازد که چگونه می‌توان فرایند کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی را فراهم کرد؛ به گونه‌ای که با بهره‌گیری از دانش حاصل از چنین رویکردی، توسعه روستایی تسهیل شود و در عین حال خدمات گردشگری از دیدگاه مسافران و گردشگران و نیز زنان شاغل در روستا به صورت توانمند دارای ارزش باشد؛ بنابراین با توجه به معضلات موجود، تدوین الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی ضروری به نظر می‌رسد. از این رو، این تحقیق در پی آن است که با طراحی الگویی مفهومی در این مسیر و از طریق پاسخ‌گویی به پرسش زیر، راهگشا واقع شود: مدل ساختاری - تفسیری الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی چگونه است؟

مبانی نظری تحقیق

کارآفرینی زنان

کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشور نقش مهمی دارد و تنها راه حل رشد دارایی‌ها، اشتغال‌زایی و ارائه کالاها و خدمات جدید و بهتر محسوب می‌شود (Kumar, 2019). کارآفرینی در گردشگری روستایی نیز جایگاه مهمی دارد (Codhnn, 2016). در این میان، مشارکت کامل زنان در کارآفرینی، بر اساس اصل برابری از دیدگاه جنسیتی، عامل اساسی رشد و توسعه اقتصادی و کاهش فقر است (Singh, 2016). فعالیت‌های زنان کارآفرین در گردشگری کشاورزی، بر دستیابی به توسعه پایدار در روستاها اثرگذار است (Dhahri et al., 2021).

در زمینه کارآفرینی زنان، با توجه به محدودیت تحقیقات انجام‌شده، تعاریف ارائه‌شده در این حوزه نیز نسبتاً محدود است. کارآفرینی زنان به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که در حوزه خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب‌وکارهایی با مالکیت انحصاری صورت می‌گیرد. زنان کارآفرین زنانی هستند که به‌تنهایی یا با مشارکت دیگران، کسب‌وکاری راه‌اندازی می‌کنند و با پذیرش خطرهای مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی، از طریق خلاقیت و نوآوری، به تولید محصولات جدید می‌پردازند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸). با توجه به نقش انکارناپذیر زنان در توسعه روستایی، تقویت کارآفرینی زنان روستایی راهکاری مؤثر در راستای تحقق توسعه پایدار روستایی شناخته می‌شود.

کارآفرینی زنان روستایی لزوماً نیازمند آموزش رسمی و حرفه‌ای نیست؛ بلکه دانش و تخصص تجربی، که نسل به نسل منتقل شده است، کفایت می‌کند. بنابراین، از یک سو حمایت‌های دولتی باید به گونه‌ای هدایت شود که کمبودهای دانشی این زنان را در حوزه‌هایی که نیاز دارند جبران کند؛ حوزه‌هایی مانند به اشتراک‌گذاری تخصص‌ها، به‌ویژه در زمینه‌های مدیریت و بازاریابی. از سوی دیگر، حمایت دولت در ایجاد و تقویت فرهنگ کارآفرینی برای زنان روستایی می‌تواند به تسهیل هماهنگی میان ذی‌نفعان، از جمله بازیگران اصلی و سایر عوامل مرتبط بینجامد؛ به این معنا که رویداد کارآفرینی در میان زنان روستایی، که ذاتاً مستلزم ریسک‌پذیری است، با تکیه بر نوآوری و رویکردهای جدید بتواند به

پیشرفت بیشتری در جوامع روستایی منجر شود. افزون بر این، موفقیت اقدامات کارآفرینانه زنان به میزان همکاری و ایجاد شبکه‌ها میان بازیگران مختلف - شامل افراد، نهادهای عرضه‌کننده و سازمان‌ها - که در جوامع روستایی زندگی و فعالیت می‌کنند، وابسته است (Pato, 2015; شیرمحمدی و معاونی، ۱۳۹۹). کارآفرین زن روستایی را می‌توان فردی دانست که با نوآوری در اغلب کالاها و فعالیت‌های اجتماعی، زمینه‌ساز تغییرات اساسی در فضای روستا می‌شود؛ از این رو کارآفرین زن به‌عنوان عاملی مهم و اثرگذار در توسعه اقتصادی روستاها به شمار می‌رود (Muthulakshmi & Gurudevi, 2019).

گردشگری روستایی

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری کم‌هزینه بوده که به‌طور گسترده در سراسر جهان رواج دارد (Paresishvili et al., 2017). گردشگری روستایی شکلی ناب از گردشگری است که در جذب شهرنشینان برای بازدید از نواحی روستایی نقش مهمی ایفا می‌کند. در این نوع گردشگری، بازنمایی واقعی زندگی روستایی، شیوه‌های گذران اوقات فراغت، خلایق‌ها، قومیت‌ها، فرهنگ محلی، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها، صنایع دستی محلی، تغییر فصل‌ها و دیگر جلوه‌های زیست روستایی، برای گردشگران جذابیت ویژه‌ای دارد (معدنی و تقوی زیروانی، ۱۴۰۱). باین حال، در مقایسه با بازار گردشگری جهانی، گردشگری روستایی در همه اشکال آن، بخش نسبتاً کوچکی را به خود اختصاص می‌دهد؛ زیرا همچنان بخش عمده فعالیت‌های گردشگری در سواحل و شهرها متمرکز است (Shcherbachenko et al., 2021). در واقع، گردشگری روستایی به‌نسبت سایر انواع گردشگری جذابیت‌های خاصی دارد. این جذابیت‌ها شامل مناظر طبیعی، ذخایر طبیعی، پناهگاه‌های طبیعی و مناطق حفاظت‌شده، مناظر منحصربه‌فرد و تنوع زیستی است که گردشگری روستایی را از سایر انواع گردشگری متمایز می‌کند (Paresishvili et al., 2017). ناوارو^۱ و همکاران اظهار داشتند که گردشگری روستایی باعث توسعه و رشد اقتصادی مناطق مقصد یا مناطق گردشگرپذیر می‌شود و این امر برای دستیابی به اهداف پایداری اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی اولویت دارد (Navarro et al., 2011). بنابراین، این نوع گردشگری باید توسعه و ترویج یابد؛ زیرا جمعیت روستایی را تشویق می‌کند تا در منطقه خود باقی بمانند. گردشگری روستایی می‌تواند به‌عنوان بهترین مدل برای توسعه پایدار بخش گردشگری مطرح شود (López-Sanz et al., 2021). مسیرهای گردشگری جالبی در قلمروهای ذکرشده وجود دارند؛ از جمله تورهای ماجراجویی، تورهای بوم‌گردی، تورهای آموزشی، ورزشی و سلامتی و غیره. گردشگران فرصت دارند در برخی جاذبه‌ها و فعالیت‌های متنوع این نوع گردشگری شرکت کنند؛ مانند تماشای آثار طبیعی، ماهیگیری، اسب‌سواری، موج‌سواری و غیره (Parishvili et al., 2017). برامول^۲ نیز اظهار داشت یکی از نکات مهم در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته این است که به روستاها توجه ویژه‌ای شده و در نتیجه ارزش خاصی برای حفاظت از آن‌ها در نظر گرفته می‌شود (Bramwell, 1994).

اهمیت حفاظت از محیط‌زیست در مناطق روستایی به این بحث منجر شده است که گردشگری روستایی با توسعه گردشگری پایدار مترادف است (Sharpley, 2004). علاوه بر این، گردشگری تأثیرات متفاوتی در جوامع برجای می‌گذارد و این موضوع، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، اهمیت بسزایی دارد. توسعه گردشگری در مناطق روستایی، با هدف حل برخی مشکلات اساسی، از جمله بازگشت مهاجران از مناطق شهری به مبدأ، افزایش ثبات جمعیت فعال از طریق بهبود شرایط زندگی، فراهم کردن زمینه برای شکل‌گیری فعالیت‌های جدید اقتصادی و تجاری، و حفاظت از محیط طبیعی و فرهنگ محلی صورت می‌گیرد (حجاریان، ۱۴۰۱؛ Samantaray, 2016; rr gćétt ..., 2017).

گردشگری روستایی نوعی رابطه تازه با طبیعت ارائه می‌دهد. به‌روشنی می‌توان دریافت که چرا گردشگری کشاورزی، اکوتوریسم و سایر اشکال جایگزین گردشگری در دهه گذشته تا این اندازه گسترش یافته‌اند و با بهره‌گیری از بازاریابی متوازن و حمایت‌های مالی چشمگیر دولت‌ها و سازمان‌های دولتی و منطقه‌ای توسعه یافته‌اند (Scherbachenko et al., 2021). گردشگری روستایی مزایای اجتماعی و فرهنگی مهمی برای مناطق روستایی به همراه دارد؛ از جمله ایجاد تعاملات اجتماعی و فرهنگی میان جمعیت محلی و بازدیدکنندگان. در نتیجه این تعامل،

1. Navarro

2. Bramwell

آگاهی از ارزش میراث فرهنگی و ضرورت حفاظت از آن، هم در میان گردشگران و هم در میان ساکنان محلی، افزایش می‌یابد. همچنین حس هویت محلی و انسجام اجتماعی در جامعه روستایی تقویت خواهد شد (Shcherbachenko et al., 2021). حمل و نقل محلی و سایر خدمات به طور کامل تری استفاده خواهند شد و در نتیجه قابلیت حیات و تداوم آن‌ها افزایش خواهد یافت. از همین رو، گردشگری در بهترین شکل خود، به جوامع روستایی کمک می‌کند تا فرصت‌های جدیدی برای توسعه اقتصادی محلی بیابند، کیفیت زندگی خود را بهبود بخشند و میراث فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی خویش را حفظ کنند (Krajcik et al., 2019).

پیشینه تحقیق

ماداولا^۱ و همکاران (2023) در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش خودکارآمدی کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین در بخش گردشگری»، با تحلیل داده‌های نظرسنجی گردآوری شده از زنان کارآفرین در سریلانکا نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینانه تحت تأثیر عواملی مانند رسانه‌های اجتماعی، اشتیاق کارآفرینی و الگوهای نقش کارآفرینی قرار دارد؛ در حالی که متغیرهای تحصیلات و تجربه کاری در خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر معناداری ندارند. همچنین نقش میانجی رفتار پایداری کارآفرینانه در این باره تأیید شد. یافته‌های این پژوهش برای ذی‌نفعان حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد که در فضای دیجیتال، خودکارآمدی کارآفرینان به طور چشمگیری تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. افزون بر این، این تحقیق الگویی معتبر از خودکارآمدی کارآفرینانه ارائه می‌دهد که می‌تواند کاربرد آن را در مراحل دشوار یا دوره‌های رشد کسب و کار افزایش دهد. در عین حال، نتایج پژوهش بینش‌های ارزشمندی را برای سیاست‌گذاران کشورهای در حال توسعه فراهم می‌آورد و می‌تواند به افزایش سهم زنان کارآفرین در اقتصاد کمک کند.

ووکویچ^۲ (2023) در پژوهشی با عنوان «توسعه گردشگری روستایی، کارآفرینی و توانمندسازی زنان؛ مطالعه موردی در حومه صربستان»، به بررسی این موضوع پرداختند. برای پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق، این مطالعه از روش پژوهش کمی بهره گرفت و نمونه‌ای متشکل از ۵۱۳ زن ساکن در یک منطقه روستایی کمتر توسعه یافته در صربستان را بررسی کرد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل رگرسیون خطی تعمیم یافته (GLM) استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که خوداشتغالی، هدف اصلی توانمندسازی زنان به شمار می‌رود. مهم‌ترین پیامدهای عملی این مقاله در دو محور جمع‌بندی می‌شود: (۱) یافته‌ها حاکی از آن است که پتانسیل گردشگری مناطق روستایی را می‌توان از طریق حمایت ذی‌نفعان گردشگری محلی افزایش داد؛ (۲) زنان فاقد علاقه حرفه‌ای یا شغل در مناطق روستایی، به ویژه در نواحی‌ای که ساختار جمعیتی به طور سنتی تحت سلطه مردان (شوهر، برادر یا پدر) قرار دارد، از فرصت‌های بیشتری برای کسب درآمد و دستیابی به استقلال اقتصادی برخوردار می‌شوند. این تحقیق می‌تواند بر مطالعات آتی تأثیرگذار باشد؛ به گونه‌ای که از یک سو، سایر ابعاد توانمندسازی زنان را متناسب با تفاوت‌های منطقه‌ای بررسی کند و از سوی دیگر، فرصت‌های جایگزین برای توسعه گردشگری و توسعه محلی در مناطق روستایی کمتر توسعه یافته را شناسایی و تحلیل کند.

رائو^۳ و همکاران (2022) در پژوهشی با عنوان «ارتقای شایستگی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی: دیدگاه یادگیری عملی»، با تمرکز بر یک برنامه منطقه‌ای ده ساله با هدف بهبود کارآفرینی زنان در چین، به بررسی رفتارهای واقعی زنان کارآفرین و پیامدهای ارتقای کارآفرینی ناشی از مداخله آژانس توسعه می‌پردازند. از منظر یادگیری عملی، این مطالعه نه تنها نقش حیاتی حمایت فکری را - که با ماهیت دانش در گردشگری همخوانی دارد - آشکار می‌سازد، بلکه چهارچوبی نظری ارائه می‌کند که فرایند یادگیری مشارکتی پویا میان کارکنان آژانس توسعه و کارآفرینان پاسخ‌دهنده به این برنامه را توصیف می‌کند. در شرایط بازار در حال تغییر، یادگیری اقدام مشارکتی زنان کارآفرین را به غلبه بر موانع عملی، بهبود کارآفرینی و دستیابی به استقلال سوق می‌دهد.

1. Madawala

2. Vukovic

3. Rao

قیوس^۱ و همکاران (2021) در پژوهشی با عنوان «زنان کارآفرین روستایی در عمان: مشکلات و فرصت‌ها» نشان دادند که زنان کارآفرین روستایی با مشکلات متعددی مواجه‌اند که مانع سرمایه‌گذاری‌های تجاری آن‌ها می‌شود. این مشکلات شامل عوامل مرتبط با شخصیت، خانواده، تحصیلات، اجتماعی-فرهنگی، امکانات، حقوقی، مالی و اقتصادی، سازمانی و جغرافیایی است که در این میان، مشکلات مرتبط با خانواده، عوامل سازمانی و شرایط جغرافیایی اهمیت بیشتری داشته‌اند. نتایج این تحقیق بیانگر آن است که سیاست‌گذاران باید با نگاهی کل‌نگر، شیوه‌هایی را مدنظر قرار دهند که از طریق آن‌ها بتوان از زنان روستایی، که به اشکال مختلف در مشاغل غیررسمی فعالیت دارند، حمایت مؤثرتری به عمل آورد تا با غلبه بر مشکلات موجود، به فرصت‌های تجاری دست یابند، فعالیت‌های خود را پایدار سازند و در نهایت به توسعه اجتماعی-اقتصادی منطقه‌ای کمک کنند.

فیگورا و همکاران (2020) در پژوهشی با عنوان «جنسیت، گردشگری و کارآفرینی: یک بررسی انتقادی»، نشان می‌دهند که روایت‌های غالب در ادبیات کارآفرینی گردشگری، عملکرد کارآفرینانه موفق را عمدتاً به‌عنوان پدیده‌ای مردانه بازنمایی می‌کنند. در این مقاله، با مرور ادبیات مربوط به جنسیت، گردشگری و کارآفرینی، توجه به نقش حاشیه‌ای اما درعین‌حال تعیین‌کننده رویکردهای اقتصاد فمینیستی پسااستعماری، اقتصاد سیاسی و دیدگاه‌های پسااستخراج‌گرایانه جلب می‌شود. این رویکردها با به‌چالش کشیدن سوگیری‌های اقتصادی و مردم‌محور ضمنی در ادبیات حوزه، به رفع این جهت‌گیری‌ها کمک می‌کنند.

مادن^۲ (2015) در پژوهشی، به بررسی کارآفرینی زنان در ترکیه پرداخته است. این مطالعه به‌شکل کیفی و با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با زنان کارآفرین موفق در ترکیه انجام شد. یافته‌ها نشان داد که اکثریت زنان کارآفرین در ترکیه، از شیوه‌های سنتی، یعنی سازوکارهای حمایت دولتی، غیردولتی و بانکی، برای دریافت حمایت مالی استفاده می‌کنند. اعضای خانواده و شرکای اقتصادی نیز از دیگر منابع حمایتی هستند که می‌توانند حمایت لازم را برای زنان کارآفرین فراهم کنند. خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر توسعه و موانع بازدارنده کارآفرینی زنان روستایی» به این موضوع پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی شامل ابتکار عمل، فعال بودن، شناسایی فرصت‌ها، پشتکار، تلاش و غلبه بر موانع و شایستگی‌های فردی زنان است؛ به این معنا که کارآفرین بدون نیاز به درخواست یا دستور دیگران دست‌به‌کار می‌شود. همچنین مشخص شد که کارآفرینی فعالیت اقتصادی است که مستلزم جست‌وجوی مستمر برای یافتن ایده‌های تازه، نوآوری و پتانسیل سودآوری وابسته است. موانع بازدارنده کارآفرینی زنان روستایی به‌ترتیب شامل موانع اجتماعی-فرهنگی، موانع حمایتی-اقتصادی و موانع مدیریتی گزارش شد. تحقیقات همچنین نقش زنان کارآفرین در سلامت اقتصادی و اجتماعی شدن را نیز نشان داد.

محمدی و محمدشریفی (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر موانع گرایش زنان روستایی به کارآفرینی گردشگری (مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد)» نشان دادند که به‌طورکلی پنج عامل اصلی مانع کارآفرینی زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه هستند که عبارت‌اند از: ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های منابع مالی؛ ضعف در بازاریابی و نارسایی‌های خدماتی-زیرساختی؛ موانع اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی؛ ضعف‌های فردی و محدودیت‌های آموزشی؛ و موانع فنی و عملی. در میان این عوامل، ضعف در برنامه‌ریزی، عملکرد اجرایی نهادهای دولتی و محدودیت‌های مالی در تمایل زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری منطقه مورد مطالعه به کارآفرینی بیشترین تأثیر را داشت.

روش‌شناسی پژوهش

هدف تحقیق حاضر، ارائه الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی است؛ بنابراین این تحقیق از ماهیت اکتشافی با رویکرد کیفی برخوردار است. برای تعیین توالی و روابط میان عناصر شناسایی‌شده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) استفاده شده است. به‌منظور گردآوری

1. Ghouse
2. Maden

داده‌ها و شناسایی عوامل، از روش تحلیل محتوا و مرور منابع و کتب و همچنین مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، که شامل خبرگان دانشگاه و خبرگان سازمان بودند و ویژگی‌هایی نظیر مدرک دکتری، تولیدات علمی (کتاب، مقاله و غیره) و سابقه اجرای بالا در این حوزه داشتند، بهره گرفته شد. همچنین، برای انتخاب خبرگان از روش غیرتصادفی و روش گلوله‌برفی تا حصول اشباع نظری استفاده شد. در کل، ده نفر از مشارکت‌کنندگان مطابق جدول ۱ به پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند.

جدول ۱: مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش

مشارکت‌کننده	سن	تحصیلات	پست مشارکت‌کننده	سابقه شغلی
۱	۴۸	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	۱۲
۲	۵۷	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	۱۴
۳	۴۹	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	۱۳
۴	۵۵	دکتری	عضو هیئت‌علمی دانشگاه	۱۰
۵	۶۰	کارشناسی	کارآفرین	۲۰
۶	۴۸	دیپلم	کارآفرین	۱۸
۷	۴۶	کارشناسی	کارآفرین	۱۴
۸	۳۹	دیپلم	کارآفرین	۱۵
۹	۴۷	کارشناسی	کارآفرین	۱۰
۱۰	۵۶	دیپلم	کارآفرین	۲۲

مدل‌سازی ساختاری - تفسیری

مدل‌سازی ساختاری - تفسیری (ISM) زمانی که تعداد ابعاد و عناصر مطالعه شده افزایش یابد و روابط بین آن‌ها پیچیده شود، بسیار مناسب است. این مدل‌سازی فرایندی تعاملی است که در آن، مجموعه‌ای از عوامل مختلف و مرتبط با یکدیگر در قالب الگویی نظام‌مند و جامع ساختار بندی می‌شوند. روش‌شناسی ISM به برقراری نظم در روابط پیچیده میان عناصر کمک می‌کند، روابط درونی بین متغیرها را شناسایی و تأثیر هر متغیر را در سایر متغیرها تحلیل می‌کند. همچنین، مدل‌سازی ساختاری - تفسیری قادر است به اولویت‌بندی و تعیین سطح عناصر یک نظام بپردازد. این امر به مدیران برای اجرای بهتر مدل طراحی شده کمک شایانی می‌کند. این روش ابزاری مناسب برای تحلیل تأثیر یک عامل در دیگر عوامل است و ترتیب و جهت روابط پیچیده میان عوامل یک سیستم را بررسی می‌کند. به بیان دیگر، ISM ابزاری است که به گروه‌ها امکان می‌دهد بر پیچیدگی موجود میان عوامل غلبه کنند (آذر و بیات، ۱۳۸۷).

یافته‌های پژوهش

گام اول: شناسایی عوامل مرتبط با مسئله

در این تحقیق، ابتدا با بررسی ادبیات ارائه شده در زمینه کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی، شاخص‌های محوری شناسایی شده است. سپس ابعاد و شاخص‌های حاصله توسط ده نفر از خبرگان و متخصصان موضوع کارآفرینی زنان، با استفاده از روش دلفی، ارزیابی و نهایی شده است. ابعاد و شاخص‌های حاصل از ادبیات، پس از اعمال نقطه‌نظرات متخصصان، در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: ابعاد و شاخص‌های کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی

ابعاد	شاخص‌ها	منبع
استراتژی گردشگری	محدودیت‌های محیطی و شناختی	Adema et al., 2014
	محدودیت زمان و اطلاعات	Adema et al., 2014
تحلیل بازار	پایش مشتریان و رقبا	Özsungur, 2019
	تحلیل مشتریان هدف	Kawai, 2017
خلق ارزش برای مشتریان	خلق ارزش	Lun et al., 2021
	غنی‌سازی خدمات	Özsungur, 2019
معرفی و ارائه خدمات به مشتریان	معرفی خدمات به مشتریان	Kalupokuna et al., 2020
	ارائه خدمات به مشتریان	Özsungur, 2019
توسعه بازار خدمات گردشگری	توسعه بازار با بهره‌گیری از تبلیغات	Lun et al., 2021
	تغییر نگرش مشتریان	Kawai, 2017
اشتغال‌زایی بوم‌محور	افزایش فرصت‌های شغلی	Özsungur, 2019

گام دوم: تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM)

در این مرحله، روابط بین عوامل پژوهش به صورت دویه‌دو و زوجی تحلیل و به مدل‌سازی ساختاری - تفسیری منجر شد. خبرگان با استفاده از نمادهای زیر، به تعیین روابط بین عوامل پرداختند. برای تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری^۱، از روش مد بر اساس بیشترین فراوانی در هر درایه استفاده شده است. نتایج در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: روابط مفهومی در تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

نماد	مفهوم نماد
V	اگر عنصر سطر i به ستون سطر j منجر شود.
A	اگر عنصر سطر j به ستون سطر i منجر شود.
X	اگر رابطه بین عناصر دوطرفه باشد.
O	اگر بین عناصر هیچ ارتباطی نباشد.

ماتریس خودتعاملی ساختاری ابعاد و عوامل پژوهش و مقایسه آن‌ها بر اساس چهار نوع رابطه مفهومی (آذر و همکاران، ۱۳۹۲) در جدول ۴ نمایش داده شده است.

1. Structural selfinteraction matrix

جدول ۴: ماتریس خودتعاملی ساختاری

اشتغال‌زایی بوم‌محور	توسعه بازار خدمات گردشگری	معرفی و ارائه خدمات به مشتریان	خلق ارزش برای مشتریان	تحلیل بازار	استراتژی گردشگری	
X	A	A	A	A		استراتژی گردشگری
V	V	A	X		V	تحلیل بازار
X	V	V		X	V	خلق ارزش برای مشتریان
V	O		A	V	V	معرفی و ارائه خدمات به مشتریان
A		O	A	A	V	توسعه بازار خدمات گردشگری
	V	A	X	A	X	اشتغال‌زایی بوم‌محور

گام سوم: تشکیل ماتریس دستیابی اولیه (IRM)¹

این ماتریس از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دوازده‌گانه (صفر و یک) به دست می‌آید. ماتریس دسترسی اولیه در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: ماتریس دسترسی اولیه

اشتغال‌زایی بوم‌محور	توسعه بازار خدمات گردشگری	معرفی و ارائه خدمات به مشتریان	خلق ارزش برای مشتریان	تحلیل بازار	استراتژی گردشگری	
۱	۰	۰	۰	۰	۱	استراتژی گردشگری
۱	۱	۰	۱	۱	۱	تحلیل بازار
۱	۱	۱	۱	۱	۱	خلق ارزش برای مشتریان
۱	۰	۱	۰	۱	۱	معرفی و ارائه خدمات به مشتریان
۰	۱	۰	۰	۰	۱	توسعه بازار خدمات گردشگری
۱	۰	۰	۱	۰	۱	اشتغال‌زایی بوم‌محور

1. Initial reachability matrix

گام چهارم: تشکیل ماتریس دسترسی نهایی (FRM)^۱

این ماتریس با اعمال روابط تعدی موجود بین عوامل تشکیل می‌شود؛ بدین ترتیب می‌توان مرحله بعدی اجرای متدولوژی ISM را انجام داد. در این ماتریس، روابط ثانویه بین عوامل کنترل می‌شود: اگر بعد I به بعد J و بعد J به بعد K منجر شود، آنگاه بعد I به بعد K نیز منجر خواهد شد و اگر این حالت در ماتریس دستیابی برقرار نباشد، ماتریس باید اصلاح شده و روابطی که از قلم افتاده‌اند جایگزین شوند. بدین ترتیب، برخی از عناصر صفر به یک تبدیل خواهد شد که به صورت (۱*) نشان داده می‌شود. با شناسایی روابط ثانویه و اصلاح ماتریس دریافت، ماتریس نهایی به دست می‌آید. در واقع با این کار سازگاری درون ماتریس برقرار می‌شود.

جدول ۶: تشکیل ماتریس دستیابی نهایی

اشغال‌زایی بوم‌محور	توسعه بازار خدمات گردشگری	معرفی و ارائه خدمات به مشتریان	خلق ارزش برای مشتریان	تحلیل بازار	استراتژی گردشگری	
۱	۰	۰	*۱	۰	۱	استراتژی گردشگری
۱	۱	*۱	۱	۱	۱	تحلیل بازار
۱	۱	۱	۱	۱	۱	خلق ارزش برای مشتریان
۱	*۱	۱	*۱	۱	۱	معرفی و ارائه خدمات به مشتریان
*۱	۱	۰	۰	۰	۱	توسعه بازار خدمات گردشگری
۱	*۱	*۱	۱	*۱	۱	اشتغال‌زایی بوم‌محور

گام پنجم: تعیین روابط و سطح‌بندی عوامل

به‌منظور تعیین روابط و سطح‌بندی عوامل، باید برای هر متغیر «مجموعه ورودی»، «مجموعه خروجی» و «مجموعه مشترک» مشخص شود. مجموعه خروجی یک عامل شامل خود آن عامل و عواملی است که تحت تأثیر آن قرار دارند و با یک‌های موجود در سطر مربوطه شناسایی می‌شود. مجموعه ورودی یک عامل شامل خود آن عامل و عواملی است که از آن اثر می‌پذیرند و با یک‌های موجود در ستون مربوطه شناسایی می‌شود. پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک آن‌ها برای هریک از عوامل مشخص می‌شود. متغیرهایی که مجموعه خروجی و مجموعه مشترک آن‌ها کاملاً مشابه باشد، در بالاترین سطح سلسله‌مراتب مدل ساختاری - تفسیری قرار می‌گیرند. برای یافتن اجزای سطح بعدی سیستم، ابتدا اجزای بالاترین سطح با استفاده از محاسبات جدول مربوط حذف می‌شوند؛ سپس عملیات تعیین اجزای سطح بعدی مانند مرحله تعیین بالاترین سطح انجام می‌گیرد. این فرایند تکرار می‌شود تا اجزای تشکیل‌دهنده همه سطوح سیستم مشخص شوند (آذر و همکاران، ۱۳۹۲).

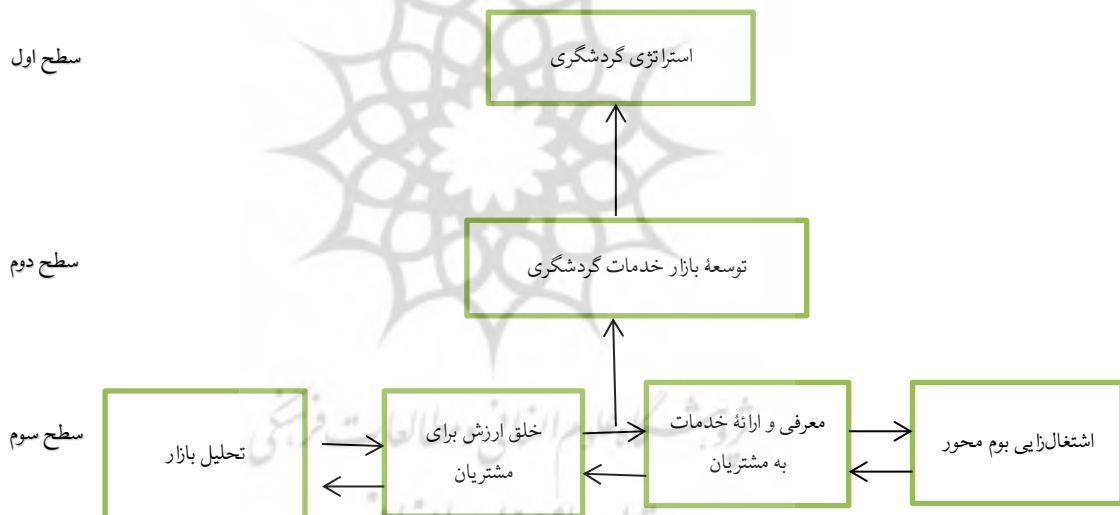
1. Final reachability matrix

جدول ۷: سطح بندی عوامل مؤثر

عوامل	ورودی	خروجی	اشتراک	سطح
استراتژی گردشگری (C1)	C1, C2, C3, C4, C5, C6	C1, C3, C6	C1, C3, C6	سطح ۱
تحلیل بازار (C2)	C2, C3, C4, C6	C1, C2, C3, C4, C5, C6	C2, C3, C4, C6	
خلق ارزش برای مشتریان (C3)	C1, C2, C3, C4, C6	C1, C2, C3, C4, C5, C6	C1, C2, C3, C4, C6	
معرفی و ارائه خدمات به مشتریان (C4)	C2, C3, C4, C6	C1, C2, C3, C4, C5, C6	C2, C3, C4, C6	
توسعه بازار خدمات گردشگری (C5)	C2, C3, C4, C5, C6	C1, C5, C6	C5, C6	
اشتغالزایی بوم محور (C6)	C1, C2, C3, C4, C5, C6	C1, C2, C3, C4, C5, C6	C1, C2, C3, C4, C5, C6	

گام هشتم: ترسیم مدل ساختاری - تفسیری

در این مرحله، با توجه به سطوح عوامل و ماتریس دسترسی نهایی و از طریق حذف روابط ثانویه، الگوی نهایی به دست می آید که در الگوسازی ساختاری - تفسیری به آن الگوی ساختاری یا دیاگرام گفته می شود (آذر و همکاران، ۱۳۹۲). الگوی پژوهش در شکل ۱ نمایش داده شده است.



شکل ۱: سطح بندی عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی

گام هفتم: تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی (میک ماک)¹

در این مرحله، عوامل در چهار گروه طبقه بندی می شوند. به منظور محاسبه قدرت نفوذ عوامل کافی است تعداد یک ها در هر سطر ماتریس دسترسی نهایی را با هم جمع کنیم. به منظور محاسبه قدرت وابستگی ها باید تعداد یک ها را در هر ستون مربوط به هر عامل را با یکدیگر جمع کنیم. اولین گروه شامل عوامل خودمختار (ناحیه ۱) می شود که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف دارند. این متغیرها تا حدودی از سایر متغیرها مجزا هستند و ارتباط کمی دارند. گروه دوم متغیرهای وابسته (ناحیه ۲) را شامل می شود. این متغیرها نفوذ ضعیفی دارند، اما وابستگی بالایی

1. MICMAC

داشته و در دستیابی به سایر عناصر نقش کمتری ایفا می‌کنند. گروه سوم عوامل متصل (ناحیه ۳) هستند. این متغیرها قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. آن‌ها دارای یک اثر پاسخ‌گو هستند و دیگر متغیرهای سیستم را تحت تأثیر قرار می‌دهند. درواقع هرگونه عملی بر روی این عوامل، به تغییر سایر عوامل منجر می‌شود. گروه چهارم عوامل مستقل (ناحیه ۴) هستند. این عوامل از قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کم برخوردارند. عواملی که از قدرت نفوذ زیاد برخوردارند اصطلاحاً عوامل کلیدی خوانده می‌شوند.

تأثیر متغیرها بر روی عوامل	۶				۴,۳C	۵C	۶C
	۵						
	۴		مستقل			متصل	
	۳					۵C	۱C
	۲		خودمختار			وابسته	
	۱						
		۱	۲	۳	۴	۵	۶

قدرت وابستگی

نمودار ۱: خوشه‌بندی عوامل به روش تحلیل میک ماک

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی، با رویکرد توسعه روستایی انجام شده است. در این تحقیق، ابتدا با مطالعه پژوهش‌های پیشین و مصاحبه با خبرگان، ابعاد پژوهش شناسایی شد و سپس از طریق روش ساختاری - تفسیری، ارتباطات میان این ابعاد تعیین شد. همان‌گونه که در الگوی ساختاری پژوهش مشاهده می‌شود، الگوی کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی دارای شش بعد اصلی است که در سه سطح طبقه‌بندی شده‌اند. در تحلیل نتایج به‌دست‌آمده، عامل «استراتژی گردشگری» در سطح اول، عامل «توسعه بازار خدمات گردشگری» در سطح دوم و عوامل «خلق ارزش برای مشتریان»، «معرفی و ارائه خدمات به مشتریان» و «اشتغال‌زایی بوم‌محور» در سطح سوم قرار دارند. بر اساس ماتریس نفوذ - وابستگی، عوامل «استراتژی گردشگری» و «توسعه بازار خدمات گردشگری» در ناحیه دوم (وابسته) قرار گرفته‌اند. این عوامل کمترین قدرت نفوذ و بیشترین میزان وابستگی را دارند و در دستیابی به عوامل دیگر نقشی ایفا نمی‌کنند.

امروزه بهره‌مندی جوامع روستایی از سطحی مقبول در گردشگری پایدار، یکی از مؤلفه‌های کلیدی توسعه پایدار روستایی محسوب می‌شود که مستلزم مشارکت و حضور فعال تمامی خانوارها در عرصه‌های گوناگون روستاست. در مقابل، ضعف گردشگری پایدار در میان خانوارهای روستایی، فضای روستا را به شیوه‌های مختلف به‌سمت ناپایداری سوق می‌دهد. زنان روستایی به‌سبب فراهم نبودن شرایط مناسب، تاکنون از بسیاری از پتانسیل‌های کارآفرینی بهره‌مند نشده‌اند؛ ازاین‌رو در هر اقتصادی که بسترهای لازم مهیا شود، شاهد رشد سریع نرخ کارآفرینی زنان خواهیم بود. یکی از زمینه‌های مهم در بحث کارآفرینی و توسعه جوامع روستایی، به‌ویژه روستاهای دارای ظرفیت‌های گردشگری، بهره‌گیری مناسب و بهینه از توانمندی‌ها و استعدادهای زنان است. با عنایت به این موضوع، توجه به موقعیت خاص زنان روستایی و اشتغال‌زایی برای آنان، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است؛ زیرا زنان نقشی بسزا در اقتصاد روستا و چرخه تولید ایفا می‌کنند. در همین راستا، پژوهش حاضر به شناسایی عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان در گردشگری روستایی پرداخته است.

در این مسیر، زنان یکی از مهم‌ترین گروه‌های اجتماعی مؤثر در فرایند توسعه به شمار می‌روند. زنان تقریباً نیمی از جمعیت هر جامعه‌ای را تشکیل می‌دهند و در زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. با این حال، سطح توانمندی زنان و مردان در جامعه متفاوت است؛ به این معنا که مردان اغلب به دلیل جایگاه سرپرستی خانوار، از قدرت تصمیم‌گیری بیشتری بهره‌مندند. در مقابل، زنان در سطح جهانی دسترسی کمتری به امکانات آموزشی دارند و حتی کنترل آنان بر نوع اطلاعات در دسترس نیز محدودتر است. همین امر سبب می‌شود که زنان در تدوین قوانین و تصمیم‌گیری‌های کلان، که آثار مهمی بر زندگی خصوصی آنان دارد، نقش کمتری ایفا کنند. بنابراین، وظیفه دولت و صاحب‌نظران است که با شناسایی دقیق موانع، راه‌حل‌های مناسبی برای مقابله با آن‌ها بیابند تا زمینه توسعه جایگاه زنان فراهم شود. در این میان، صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان بستری مناسب برای کارآفرینی زنان در نظر گرفته شود. افزون‌براین، افزایش درآمد حاصل از گردشگری و اشتغال‌زایی برای زنان روستایی، به توسعه اقتصادی و بهبود معیشت آنان کمک می‌کند. گردشگری نه تنها منبعی حیاتی برای خلق فرصت‌های شغلی جدید در جوامع روستایی است، بلکه به حفظ و پویایی فرهنگ محلی در این مناطق نیز یاری می‌رساند.

گردشگری روستایی نه تنها فرصت‌های کسب‌وکار را برای ساکنان محلی فراهم می‌آورد، بلکه زمینه‌ساز بازآفرینی و توسعه اقتصادی مناطق روستایی می‌شود و کیفیت زندگی بازدیدکنندگان و جوامع محلی را ارتقا می‌بخشد. توسعه گردشگری روستایی بازتاب‌دهنده زیرساخت‌های توسعه‌یافته کشور و افزایش عرضه خدمات برای جذب بیشتر گردشگران و تأمین نیازهای آنان است. تحقق این امر، مستلزم برنامه‌ریزی راهبردی، سیاسی و اقتصادی و همچنین تصمیم‌گیری پایدار در هر دو بخش دولتی و خصوصی است. علاوه‌براین، تأثیرات اجتماعی نقش مهمی در توسعه گردشگری روستایی ایفا می‌کنند؛ زیرا جامعه میزبان (ساکنان محلی) مستقیماً با گردشگران در تماس‌اند و تبادلات فرهنگی مثبت می‌تواند به حمایت از برنامه‌های آتی گردشگری کمک کند. در این میان، زنان کارآفرین به عنوان پیشران‌های گردشگری روستایی، با تمرکز بر توسعه این صنعت، تأثیرات مطلوبی در معیشت خانوارهای روستایی، از جمله ارتقای کیفیت زندگی، بهبود وضعیت اقتصادی و توسعه زیرساختی روستاها، دارند که در نهایت به افزایش سطح رضایتمندی ساکنان روستا منجر خواهد شد. به منظور اجرای موفقیت‌آمیز الگوی کارآفرینی زنان، این چهارچوب باید به صورت منظم و مستمر پایش و کنترل شود تا انحرافات از اهداف و برنامه‌ها شناسایی و اصلاح شود. بدین منظور، تدوین ابزارها و سنجه‌های مناسب برای سنجش تأثیرات اجرای این الگو در دوره‌های زمانی مشخص، در صورت لزوم، اقدامات اصلاحی مقتضی را در اختیار زنان کارآفرین قرار می‌دهد. نتایج این پژوهش با یافته‌های ماداوالا و همکاران (2023)، رائو و همکاران (2022) و قیوس و همکاران (2021) همسو است.

هر پژوهش با محدودیت‌هایی روبه‌روست. پژوهش حاضر نیز با وجود دقت و صحت بالای یافته‌های خود، با محدودیت‌هایی به شرح ذیل مواجه شد: نخست دخالت برخی عوامل در نتایج پژوهش که خارج از کنترل پژوهشگر بود؛ از جمله سوگیری‌ها یا نگرش‌های شخصی خبرگان؛ دوم نبود اعتماد کامل برخی از مدیران و خبرگان در بیان صریح نظرات خود طی مصاحبه‌ها و تمایل نداشتن برخی افراد معرفی شده برای شرکت در فرایند تحقیق. علاوه‌براین، تحلیل‌های کیفی، که متکی بر دیدگاه‌های نخبگان است، نیازمند مشارکت فعال افراد صاحب‌نظر است؛ درحالی‌که این تحقیق با محدودیت تعداد خبرگان واجد شرایط و نیز فرصت اندک برای تعامل و بهره‌مندی عمیق از نظرات آنان مواجه بود. همچنین برخی از خبرگانی که مایل به همکاری بودند، به دلیل مشغله کاری برای بحث و تحلیل‌های ریشه‌ای، آن‌گونه که مدنظر محقق بود، فرصت کافی در اختیار نداشتند.

منابع

- آذر، عادل و بیات، کریم (۱۳۸۷). طراحی مدل فرایندمحوری کسب و کار با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM). مدیریت فناوری اطلاعات، ۱۱(۱)، ۵-۲۴. [لینک](#)
- آذر، عادل، خسروانی، فرزانه و جلالی، رضا (۱۳۹۲). تحقیق در عملیات نرم (رویکردهای ساختاردهی مسئله) (چاپ اول). تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- احمدی، سنور، کوهستانی، حسین، یادآور، حسین و شعبانعلی فمی، حسین (۱۳۹۸). طراحی مدل توسعه کارآفرینی کشاورزی پایدار در بین زنان روستایی (مطالعه موردی: استان کردستان). دانش کشاورزی و تولید پایدار، ۲۹(۳)، ۲۳۷-۲۵۱. [لینک](#)
- اکبرپور، محمد و عظیمی، سمیه (۱۳۹۷). نقش کارآفرینی بر توسعه گردشگری روستایی (کشاورزی). شهرسازی ایران، ۲۵(۵۹)، ۷۵-۸۷. [لینک](#)
- بقایای اردکانی، طاهره (۱۳۹۹). شناسایی و سطح بندی عوامل مؤثر بر فعالیت های کارآفرینی زنان روستایی بر اساس رویکرد ساختاری تفسیری [پایان نامه کارشناسی ارشد]، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردکان.
- حجاریان، احمد (۱۴۰۱). تحلیل مضامین مؤثر بر گردشگری پایدار روستایی مناطق روستایی استان اصفهان. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۷(۵۹)، ۱۱۵-۱۵۱. <https://doi.org/10.22054/tms.2022.68582.2730>
- خسروی پور، بهمن، آنی، نادیا، آجیلی، عبدالعظیم و عبدشاهی، عباس (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر توسعه و موانع بازدارنده کارآفرینی زنان روستایی، روان شناسی فرهنگی زن، ۴۴(۱۱)، ۶۱-۷۰. [لینک](#)
- رضایی، بیژن، نادری، نادر و سلیمانی، معین (۱۳۹۹). راهبردهای توسعه اکوسیستم کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان کرمانشاه. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۹(۳۱)، ۶۷-۹۴. [لینک](#)
- عباسی، صوفیا، میردامادی، سیدمهدی، امیدی نجف آبادی، مریم و فرج الله حسینی، سیدجمال (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی با رویکرد کیفی. جغرافیا و توسعه، ۲۰(۶۶)، ۱۳۱-۱۶۱. [لینک](#)
- شیرمحمدی، یزدان و معاونی، محمدمبین (۱۳۹۹). طراحی مدل کارآفرینی زنان روستایی در گردشگری کشاورزی با استفاده از رویکرد آمیخته. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۷(۴)، ۸۵-۱۰۲. <https://doi.org/10.22069/jead.2021.18868.1465>
- محمدی، سعدی و محمدشریفی، ژاله (۱۳۹۸). بررسی تأثیر موانع گرایش زنان روستایی به کارآفرینی گردشگری (مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد). زن در توسعه و سیاست، ۱۷(۳)، ۴۳۹-۴۶۸. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2020.275033.1007581>
- موحدی، رضا و یعقوبی فرانی، احمد (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی. مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان، ۱۲(۴)، ۴۲-۷. <https://doi.org/10.22051/jwsps.2015.1493>
- معدنی، جواد و تقوی زیروانی، اسماعیل (۱۴۰۱). اولویت بندی پیشران های کلیدی و مؤثر گردشگری روستایی در بهبود معیشت خانوارهای روستایی (مورد مطالعه: روستاهای پیرامون شهر سرعین). اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱۱(۴۰)، ۲۳۳-۲۴۹. [لینک](#)
- Aggarwal, A. K. (2018). Rural entrepreneurship development ecosystem—an emerging paradigm of rural socio-economic development. Available at SSRN 3184127. [Link](#)
- Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, leisure, sport and tourism network*, 1(1), 1-14. [Link](#)

[In Persian]

- Abbasi, S., Mirdamadi, S. M., Omidi Najafabadi, M., & Farajollahi Hosseini, S. J. (2022). Designing a rural ecotourism entrepreneurship development model using a qualitative approach. *Geography and Development*, 20(66), 131–161. <https://doi.org/10.22111/j10.22111.2022.6716>
- Ahmadi, S., Koohestani, H., Yadavar, H., & Shaabanali Fami, H. (2019). Designing a sustainable agricultural entrepreneurship development model among rural women (Case study: Kurdistan Province). *Journal of Agricultural Knowledge and Sustainable Production*, 29(3), 237–251. [Link](#)
- Akbarpour, M., & Azimi, S. (2018). The role of entrepreneurship in rural tourism development (Agricultural tourism). *Iranian Journal of Urban Planning*, 25(59), 75–87. [Link](#)
- Azar, A., & Bayat, K. (2008). Designing a process-oriented business model using the interpretive structural modeling (ISM) approach. *Journal of Information Technology Management*, 1(1), 5–24. [Link](#)
- Azar, A., Khosravani, F., & Jalali, R. (2013). *Soft operations research (Problem structuring approaches)* (1st ed.). Tehran: Industrial Management Organization. [Link](#)
- Bggheei rr dkkn, T. (2020). Idnnccæccn nnd vvnnng of fccors fffccnng rurll oo mnn's nnrrppnnuurlll activities based on the interpretive structural modeling approach (*Master's thesis*, Islamic Azad University, Ardakan Branch).
- Bhuimail, A., & Sampa, P. (2005). *Development of rural women through education and empowerment*. Abhijeet Publications.
- Bramwell, B. (1994). Rural tourism and sustainable rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.1080/09669589409510679>
- Codhnn, L., Iordcche, C. .. , & bbbbl, A. (2016). Entrepreneurship in the tourism and hospitality industry. *Management Strategies Journal*, 31(1), 264–275. [Link](#)
- Dhahri, S., Slimani, S., & Omri, A. (2021). Behavioral entrepreneurship for achieving the sustainable development goals. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, Article 120561. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120561>
- Fallatah, H. (2012). *Women entrepreneurs in Saudi Arabia: Investigating strategies used by successful Saudi women entrepreneurs* [Master's thesis, Lincoln University]. Lincoln University Research Archive.
- Ghouse, S. M., Durrah, O., & McElwee, G. (2021). Rural women entrepreneurs in Oman: Problems and opportunities. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(7), 1674–1695. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2021-0209>
- rr g,, I., ddd nnnn L., rr znar, ,, & Zrkk,, .. (2017). Coudd rurll oourssm reveeeeeeeæurll rraas nnCro???? *Agroeconomia Croatica*, 7(1), 98–108. [Link](#)

- Hajarian, A. (2022). Analysis of themes affecting sustainable rural tourism in rural areas of Isfahan Province. *Tourism Management Studies*, 17(59), 115–151. <https://doi.org/10.22054/tms.2022.68582.2730>
- Heidari Sareban, V. (2012). Prioritizing major barriers to rural women's entrepreneurship, using AHP method (Case study: Ardabil province). *Women's Studies (Sociological & Psychological)*, 10(2), 159–177. [Link](#)
- Khosravipour, B., Ani, N., Ajili, A., & Abdesshahi, A. (2019). Factors affecting the development and obstacles to rural women's entrepreneurship. *Cultural Psychology of Women*, 44, (11), 61-70. [Link](#)
- Khosravipour, B., Ani, N., Ajili, A., & Abdesshahi, A. (2019). Factors affecting the development and obstacles to rural women's entrepreneurship. *Cultural Psychology of Women*, 44(11), 61-70. [Link](#)
- López-Sanz, J. M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Cuesta-Valiño, P. (2021). Sustainable development and consumer behavior in rural tourism: The importance of image and loyalty for host communities. *Sustainability*, 13(9), Article 4763. <https://doi.org/10.3390/su13094763>
- Madani, J., & Taghavi Zirvani, I. (2022). Prioritizing key and effective drivers of rural tourism in improving rural household livelihoods (Case study: Villages surrounding Sarein City). *Spatial Economics and Rural Development*, 11(40), 233–249. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23222131.1401.11.40.11.6>
- Madawala, K., Foroudi, P., & Palazzo, M. (2023). Exploring the role played by entrepreneurial self-efficacy among women entrepreneurs in tourism sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 103395. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103395>
- Maden, C. (2015). A gendered lens on entrepreneurship: Women entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 30(4), 312–331. <https://doi.org/10.1108/GM-11-2013-0131>
- oo hmnndd,, , & oo hmnnddshrr ff, Z. (2019). Invviii gnnng hle mpcct of brrrrrrs oorurll oo mnn's nnnnnncy toward tourism entrepreneurship (Case study: Oraman District, Sarvabad County). *Women in Development and Politics*, 17(3), 439–468. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2020.275033.1007581>
- oo vhhdd,, R., & ggg houbi rrr nn,, .. (2014). nn yyss of fccors fffccnng rurll oo mnn's nnnppnnuurshpp *Journal of Women's Social-Psychological Studies*, 12(4), 7–42. <https://doi.org/10.22051/jwsps.2015.1493>
- Mrema, A. (2015). Tourism and women empowerment in Monduli District, Arusha, Tanzania. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1–13. [Link](#)
- Muthulakshmi, C., & Gurudevi, A. (2019). A study on entrepreneurship skill development in Kovilpatti town. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 8(2), 23–27. [Link](#)
- Navarro, E., & Nel-lo Andreu, M. I. (2011). Seminario internacional de investigadores en turismo, cooperación y desarrollo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 199–200. [Link](#)
- Nedelcheva, S. (2012). *Female entrepreneurship in Denmark* [Master's thesis, Aarhus University]. Aarhus University Institutional Repository. [Link](#)

- Nemirschi, A. (2010). Entrepreneurship and tourism development in rural areas: Case of Romania. *Romanian Economic and Business Review*, 5(1), 138–149. [Link](#)
- Niethammer, N. (2013). *Women, entrepreneurship and the opportunity to promote development and business* (Brookings Blum Roundtable Policy Briefs). Brookings Institution. [Link](#)
- Paresishvili, O., Kvaratskhelia, L., & Mirzaeva, V. (2017). Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities. *Annals of Agrarian Science*, 15(3), 344–348. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.07.008>
- Pato, L. (2015). *Rural entrepreneurship and innovation: Some successful women's initiatives* [Paper presentation]. 55th Congress of the European Regional Science Association: "World Renaissance: Changing Roles for People and Places", Lisbon, Portugal.
- Roo, .. , , J., & Lin, .. (2022). The improvement of women's entrepreneurship in rural tourism: An action learning perspective. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(8), 1622–1651. <https://doi.org/10.1177/10963480211031032>
- Rezaei, B., Naderi, N., & Soleimani, M. (2020). Strategies for developing the entrepreneurship ecosystem in rural areas of Kermanshah County. *Spatial Economics and Rural Development*, 9(31), 67–94. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23222131.1399.9.31.4.7>
- Samantaray, L. L. (2016). Sustainable rural tourism: An enabler for the trend of reverse migration in Odisha. *International Journal of Applied Research*, 2(1), 159–163. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/22/9438>
- Sharpley, R., & Roberts, L. (2004). Rural tourism—10 years on. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 119–124. <https://doi.org/10.1002/jtr.478>
- hhhhrrbcchenko, .. , Zkkharkin, L., Zkkhrrkn .. , & Bnnnrsov, I. (2021). rr een ourssm ss nmovvvv drrccoon of households' ccvvssss nn rurll rraas. *E3S Web of Conferences*, 234, Article 00005. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123400005>
- Shirmohammadi, Y., & Moaveni, (2020). gggggng a rurll oo mnn's nrrpprnnurshppmodll nnggruuuull tourism using a mixed-method approach. *Journal of Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 7(4), 85–102. <https://doi.org/10.22069/jead.2021.18868.1465>
- Singh, R. S., & Sandhu, M. (2016). Women Entrepreneurship in India: Opportunities and Challenges. *International Journal of Development Studies (IJDS)*, 8, 114-120. [Link](#)
- Thakkar, J., Deshmukh, S. G., Gupta, A. V., & Shankar, R. (2007). Development of a balanced scorecard: An integrated approach of interpretive structural modeling (ISM) and analytic network process (ANP). *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(1), 25–59. <https://doi.org/10.1108/17410400710717073>

Vinesh, L. (2014). Role of women entrepreneurs in India. *Global Journal of Finance Management*, 6, 473-480.

[Link](#)

Vukovic, D. B., Petrovic, M., Maiti, M., & Vujko, A. (2023). Tourism development, entrepreneurship and women's empowerment – Focus on Serbian countryside. *Journal of Tourism Futures*, 9(3), 417–437.

<https://doi.org/10.1108/JTF-10-2020-0167>

COPYRIGHTS

©2026 by the authors. Published by University of Science and Culture. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی