

گردشگری راهکاری جهت توسعهی کار آفرینی زنان روستایی

منصور غنبدیان
عضو هیئت علمی دانشگاه کشاورزی
و منابع طبیعی رامین خوزستان
هستی فتوتی
کارشناس ارشد ترویج و آموزش
کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع
طبیعی رامین خوزستان

اشتغال امروزه به یکی از چالش‌های مهم جهان تبدیل شده‌است و شاید جزء محدود مواردی باشد که همه انسان‌ها، دولت‌ها و حکومت‌ها با آن درگیر هستند. تفاوتی هم نمی‌کند، چه کشورهای توسعه‌یافته، چه کشورهای کمتر توسعه‌یافته، همه باید برای اشتغال برنامه‌های فعال داشته باشند. از نخستین آثار گردشگری ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه در محیط روستاست. گردشگری، صنعتی است که با ترکیبی از خدمات و خلاقیت، فرصت‌های زیادی برای اشتغال فراهم کرده‌است و با برنامه‌ریزی درست به بهترین شکل می‌توان از این فرصت‌ها بهره‌برداری کرد. با توجه به این که حدود نیمی از جمعیت کشور و بخش قابل توجهی از جمعیت فعال اقتصادی را زنان به خود اختصاص داده و نسبت آنان در جامعه تحصیلکرده همچنان رو به تزاید است، اما هنوز سهم شایسته‌ای در اقتصاد ملی به دست نیاورده‌اند. با این حال، زنان کارآفرین در مسیر کارآفرینی خود توانسته‌اند موفقیت‌هایی را به دست آورند که می‌تواند تأثیر شگرفی در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور بر جای گذارد. یکی از زمینه‌های مطلوب برای ارتقاء کارآفرینی زنان روستایی، توجه به گردشگری و صنعت توریسم در مناطق روستایی می‌باشد. گردشگری یکی از فعالیت‌هایی است که به دلیل تنوع در مشاغل، زمینه‌ی اشتغال و کارآفرینی بسیار زیادی برای زنان دارد و آن‌ها به راحتی می‌توانند در کنار فعالیت‌های روزمره و خانگی خود به این کار بپردازند. زنان روستایی با صرف کمترین هزینه، کمترین ریسک و با آگاهی کامل از استعدادهای قوی درون خویش می‌توانند به اشتغال در زمینه‌های محلی و گردشگری دست یابند. این تحقیق با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی‌های اینترنتی با هدف تحلیل اثرات صنعت گردشگری بر اشتغال و کارآفرینی زنان روستایی به شناخت این موضوع اقدام نموده که دریابد گردشگری بر چه جنبه‌هایی از ویژگی‌های کارآفرینانه زنان روستایی تأثیر می‌گذارد.

واژگان کلیدی: گردشگری، توسعه، کارآفرینی، زنان روستایی

مقدمه

امروزه در عرصه جهانی افراد خلاق و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های مختلفی همانند صنعت، خدمات، تکنولوژی و... شده‌اند. همچنین، چرخه‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی آنان به حرکت در می‌آید به عبارت دیگر می‌توان چنین بیان کرد که کارآفرینی موتور رشد و توسعه است. بی‌شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته بیان‌گر این واقعیت است که اقتصاد تحت‌تأثیر کارآفرینی است. به‌گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، نقش محوری داشته و کشورهای توسعه‌نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد علت توسعه کشورهایی همچون آمریکا، ژاپن و آلمان که از نظر صنعتی توسعه‌یافته‌اند، کارآفرینی است (ولی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱). اطلاعات قابل دسترس در مورد ویژگی‌های اشتغال زنان پیش از همه هشدار می‌دهد که تغییرات اساسی در دیدگاه‌های موجود نسبت به کارآفرینی و اشتغال و تعریف آن‌ها لازم است، تا حداقل زنان نیز در زمره‌ی جمعیت فعال اقتصادی شمارش شوند. این تغییرات جز با ملاحظه‌ی برنامه‌های توسعه و سیاست‌گذاری‌ها در سطح کلان میسر نخواهد شد. بنابراین برنامه‌ریزی، بیشترین نقش را در این بُعد خواهد داشت. وقتی بحث از اشتغال و کارآفرینی زنان به میان می‌آید، تعداد زنان کارمند به ذهن متبادر می‌شود، در حالی که بالاترین میزان اشتغال به زنان روستایی و خوداشتغال و کارآفرین شهری اختصاص دارد (Hisrich, 2006). بنابراین یکی از مهم‌ترین معیارها جهت سنجش درجه توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارا می‌باشند. با توجه به این که نیمی از کل جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند و دو سوم ساعات کار انجام شده توسط زنان صورت می‌پذیرد، تنها یک دهم درآمد جهان و فقط یک صدم مالکیت اموال و دارایی‌های جهان به زنان اختصاص یافته‌است. عدم مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند

می‌شود (رضوانی و همکاران، ۱۳۸۷).

گردشگری

لغت گردشگری (tourism) از کلمه (tour) به معنی گشت و گذار که ریشه در لغت لاتین turns به معنی دور زدن و رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد دارد که از زبان یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در آخر به انگلیسی راه یافته‌است. به طور کلی گردشگری به منظور مسافرت تفریحی در نظر گرفته می‌شود و شخصی که از محیط کار یا زندگی خود به عنوان هر گونه مسافرتی خارج شود، گردشگر (tourist) می‌باشد (مهدی و همکاران، ۱۳۹۱).

سازمان جهانی گردشگری (WTO) در سال ۱۹۹۱ گردشگری را این گونه تعریف کرده‌است: «گردشگری عبارت است از تمامی فعالیت‌های شخصی که مسافرت کرده و در یک مکانی خارج از محیط معمول به مدت کمتر از یک سال متوالی، به منظور استراحت، تجارت یا اهداف دیگر اقامت کند». گردشگری ممکن است شامل تعطیلات، سفرهای تجاری، دیدار از دوستان و آشنایان، مسافرت آموزشی (سفر علمی)، ورزشی، درمان و سلامتی یا سفر مذهبی باشد (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰).

گردشگری پدیده قرن بیستم است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت. بلکه باید به عنوان پدیده‌ای که وجود دارد (خوب یا بد) به آن نگریست. رشد روزافزون و شتابنده گردشگری موجب شده که بسیاری از صاحب‌نظران، قرن بیستم را قرن گردشگری بنامند. به نظر متولیان امور گردشگری در پایان قرن بیستم و آغاز قرن بیست و یکم، انقلابی در گردشگری رخ می‌دهد، انقلابی که امواج آن در اقصی نقاط جهان اثرگذار خواهد بود (میرزایی، ۱۳۹۱).

رابطه متقابل گردشگری و کار آفرینی

رشد صنعت گردشگری و پتانسیل این صنعت برای توسعه اقتصادی دیدگاهی مهم در ادبیات گردشگری به شمار می‌رود. تیلور ویژگی تقاضای گردشگری را سرعت تغییرات آن می‌داند و معتقد است بعد عرضه باید توانایی انطباق سریع با تغییرات بازار تقاضا را داشته‌باشد؛ به عبارت دیگر وجود یک مکانیسم دریافت اطلاعات و ارزیابی وضعیت و واکنش نسبت به محیط در سیستم گردشگری الزامی است (کاظمی، ۱۳۸۵). بنابراین گردشگری به اندازه کافی جدید، آشفتنه و بی‌قاعده بوده تا مورد توجه کارآفرینان نوآور قرار گیرد. در یک مقیاس جهانی، گروهی از افراد وجود داشته‌اند که به تنهایی توانسته‌اند انتقال‌های مرحله‌ای در گردشگری ایجاد نمایند. برای مثال توماس کوک از طریق فرصتی که با اختراع موتور بخار ایجاد شد و استفاده از این فرصت در جهت حمل و نقل تعداد زیادی از افراد سطوح کاری به مقاصد گردشگری به عنوان «پدر گردشگری انبوه» شناخته شد. همچنین والت دیزنی به عنوان «پدر پارک‌های موضوعی» شناخته شده‌است. خلاقیت و ابتکار او باعث ایجاد مدلی برای ساخت پارک‌های موضوعی دنیا شده‌است که به این ترتیب توانسته زمین‌های بایر را به

مشکلی بر سر راه توسعه‌ی کشور تلقی گردد. ضرورت کارآفرینی زنان را باید با افزایش و گسترش فرصت‌های شغلی بر مبنای خلاقیت که بار فرهنگی-ارزشی آن قابل کنترل است، پاسخ مثبت داد و از آنجا که زنان دارای طبع لطیف و مادرانه‌ای هستند باید شغلی را انتخاب نمایند که برای آن از هر حیث آمادگی داشته باشند (Djivre, 2008).

تحولات کنونی در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستاهای ایران، علی‌رغم پیامدهای مثبتی که جهت بهبود شرایط زیست در روستاها داشته، سبب گردیده تا از نقش فعال زنان در عرصه‌ی تولید کاسته شود (خانی، ۱۳۸۵). از سوی دیگر با توجه به شرایط اقتصادی و تغییرات فرهنگی و اجتماعی، زنان روستایی تمایل زیادی برای اشتغال دارند و ارتقاء سطح تحصیلات زنان به این موضوع دامن می‌زند. گردشگری از جمله فعالیت‌هایی است که قابلیت بالایی برای ایجاد اشتغال، خصوصاً برای زنان دارد.

کار آفرینی

به طور کلی واژه‌ی کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته‌است. طبق واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. از نظر پیتر دراگر، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۲).

شومپیتر مقوله کارآفرینی را به عنوان نیروی برهم زننده اقتصاد به کار برد و آن را تخریب خلاق نام‌گذاری کرد (مقیمی، ۱۳۸۳). به عبارت دیگر، کارآفرینی یعنی تمایل به اعمال ریسک‌های حساب شده هم در زمینه‌ی شغلی و هم مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است (Ashomre, 2004).

هیسریچ و همکاران فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌دانند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است؛ نتیجه این فرایند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را با نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد (Hisrich, et al, 2005).

بدین ترتیب آن‌ها معتقدند که تقریباً در تمامی تعاریف کارآفرینی سه مقوله‌ی تفکر خلاقانه، بهره‌گیری سازمان‌یافته از منابع و توانایی پذیرش ریسک یا خطر وجود دارد. علاوه بر این، کرزنر معتقد است که مشکل اصلی هر جامعه ناشی از عدم درک فرصت‌هاست و کارآفرینی به معنی آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده است (Sandeep, et al, 2007). در مجموع می‌توان گفت کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید، نوآور و رشد یابنده کرده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک بوده و منجر به معرفی، توسعه‌ی محصول یا خدمات جدیدی به جامعه

1- Creative Destruction

آبادی تبدیل نماید (Russell & et al. 2004).

اکثر کشورهای دنیا با مسأله اشتغال درگیر می‌باشند ولی تعدد عوامل مشکل‌آفرین و ناشناخته بودن برخی از آن مشکلات در کشورهای جهان سوم موجب پیچیده‌تر شدن موضوع شده‌است. به طوری که این مسأله در جهان پرشتاب امروز توجه بسیاری از سیاستمداران، دولتمردان و کارشناسان را به خود جلب کرده‌است. بنابراین یکی از روش‌هایی که برای ایجاد فرصت‌های شغلی و رهایی از بیکاری و توسعه مناطق مورد توجه کشورها قرار گرفته‌است پدیده گردشگری می‌باشد که از آن تحت عنوان صنعت گردشگری نام برده‌اند. این پدیده می‌تواند وجوه مختلف فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی را در برگیرد و حتی در برخی مواقع آن را به عنوان آخرین گزینه برای توسعه مناطق کمتر توسعه‌یافته و کاهش فقر و بیکاری به کار می‌گیرند (سام‌آرام، ۱۳۸۸).

رابطه کارآفرینی در گردشگری و توسعه پایدار منطقه‌ای می‌تواند از طریق توجه و بررسی این که آیا کارآفرینی این پتانسیل را دارد تا اثر مثبتی بر جنبه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و محیطی جامعه داشته‌باشد مشخص می‌شود. توسعه کارآفرینی در گردشگری در مقیاس کوچک می‌تواند در توسعه پایدار منطقه‌ای از طریق تقویت هویت فرهنگ محلی و تنوع بخشی به فعالیت‌های گردشگری روستایی، حفظ روستاییان در منطقه و همچنین کاهش فشارهای محیطی به دلیل کوچک بودن بنگاه‌های اقتصادی گردشگری روستایی نقش داشته باشد بر طبق مسئولیت‌های اجتماعی مشارکتی (CSR) بنگاه‌های اقتصادی در حوزه گردشگری نقش مهمی در ترویج مشارکت‌های مسئولانه در برابر مسائل محیطی و اجتماعی دارند (ایمنی قشلاق، ۱۳۸۳).

کارآفرینی و نوآوری دو فاکتور کلیدی در گردشگری هستند و هر دو فاکتور اصلی برای موفقیت مستمر و توسعه صنعت گردشگری هم در عرصه جهانی و هم منطقه‌ای هستند (Eduardo parra, 2009 lopzeh).

در مجموع پنج نوع اشتغال نیروی انسانی (نیروی کار و مدیریت) در مورد گردشگری قابل تفکیک است:

۱- اشتغال مربوط به زیر ساخت‌ها، فرودگاه، جاده، امنیت، بهداشت.
 ۲- اشتغال اولیه که عمدتاً شامل فعالیت‌هایی است که برای فراهم آوردن زمینه قبل از انجام سفر یا در حین مسافرت صورت می‌پذیرد، فعالیت مؤسسات گردشگری و اطلاع‌رسانی حمل و نقل بین مبدأ و مقصد از این نوع است.

۳- اشتغال در تأمین نیازها که سهم عمده‌ای از اشتغال در فعالیت‌های گردشگری را شامل می‌شود و فعالیت‌هایی را در بر می‌گیرد که به طور مستقیم نیازهای روزمره گردشگر را تا زمانی که در مقصد است برطرف می‌سازد. این نوع اشتغال دامنه وسیعی از فعالیت‌ها را در زمینه حمل و نقل، هتل‌داری، رستوران‌ها، ارائه خدمات تفریحی و ورزشی در بر می‌گیرد.

۴- اشتغال نرم‌افزاری که ممکن است گردشگر به طور مستقیم با آن‌ها سروکار نداشته باشد مثل خدمات بیمه، خدمات بانکداری، اینترنت و ذخیره کردن.

۵- اشتغال غیرمستقیم که بیشتر با فعالیت‌های تولیدی جنبی مرتبط است و همزمان با سرمایه‌گذاری در گردشگری فراهم می‌آید (پاپلی‌یزدی، ۱۳۸۶).

یکی از اهداف اصلی توسعه در کشورها و از جمله کشور ما، کاهش بیکاری، ایجاد و توسعه فرصت‌های شغلی است. بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی که نتیجه عدم تعادل بین عرضه و تقاضای نیروی کار و یا بازار کار در روستاها است، از جمله مشکلات اصلی روستاهای کشور است. از سویی دیگر کاهش بخش کشاورزی در نواحی روستایی و همین‌طور کاهش شاغلان آن، این واقعیت را نشان می‌دهد که در آینده افزایش اشتغال بیشتر در نواحی روستایی در گرو توسعه بخش‌های صنعت و خدمات است. اکثر صاحب‌نظران، کارآفرینی را به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی می‌دانند، بنابراین می‌توان گفت که یکی از استراتژی‌های اصلی برای رهایی از مشکلات روستایی، متنوع‌سازی اقتصاد روستاها و استفاده بهینه از منابع روستاهای کشور، توسعه کارآفرینی روستایی است. گردشگری یکی از زمینه‌هایی است که پتانسیل بسیار زیادی برای توسعه کارآفرینی روستایی دارد، زیرا گردشگری امروزه یکی از بزرگترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد است که با رشد سریع آن تنوع در محصولات و مقصدهای گردشگری بوجود می‌آید و در نتیجه تقاضاهای جدید گردشگران، زمینه برای توسعه کسب و کارها خصوصاً کسب و کارهای کوچک و متوسط و توسعه کارآفرینی فراهم می‌شود (خانی و همکاران، ۱۳۹۰).

ویژگی‌های زنان کارآفرین روستایی

زنان کارآفرین روستایی دارای ویژگی‌های خاصی هستند که در زیر به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

- ضمن داشتن توانایی هماهنگی میان مردم، شیوه‌ها و فنون مختلف برای بهبود تغییرات محیطی، در حافظت از محیط طبیعی کوشا هستند.
- افرادی خلاق و ریسک‌پذیر هستند.
- با تغییرات رشد می‌کنند و با اتفاقات غیرمترقبه کنار می‌آیند.
- در تحقق بخشیدن به دیدگاه‌ها و ایده‌های خود بسیار مصمم و قاطع هستند.
- از اتخاذ تصمیم‌های جست و جوگرانه و پیش‌رونده لذت می‌برند.
- علاوه بر کشاورزی، به توسعه فعالیت‌های دیگر نیز همت می‌گمارند.
- در پی توسعه فعالیت اقتصادی از طریق بهبود کیفیت و توسعه بازار هستند (رضوانی و همکاران، ۱۳۸۷).

انگیزه زنان روستایی برای کارآفرینی

بیان انگیزه‌های شخصی کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب و کار در ادبیات تحقیق کارآفرینی توجه زیادی را به خود معطوف داشته‌است و یکی از عناصر کلیدی برای موفقیت کارآفرینان لحاظ شده‌است. ادبیات تحقیق اغلب عوامل کشاننده (مثبت) و پیش‌برنده (منفی) متنوعی را به عنوان انگیزه‌های راه‌اندازی کسب و کار ذکر کرده‌اند. عوامل پیش‌برنده

با عوامل منفی، عوامل اضطرابی هستند که زنان را به دنبال کردن ایده کسب و کارشان تشویق می‌کنند. این عوامل شامل افزونگی، بیکاری، ناامیدی از کار قبلی، نیاز داشتن به زندگی معقول با برنامه‌ی کاری منعطف، و سنت خانوادگی در اداره کردن کار است (پتریدو و همکاران، ۲۰۰۸). عوامل کشاننده یا مثبت عواملی هستند که مرتبط با انتخاب افراد و تمایلات کارآفرینانه هستند. این عوامل شامل استقلال، خودتکایی، خودگرایی، موفقیت‌های حاصل از تلاش، رئیس خود بودن، استفاده از مهارت‌های خلاقیتی، انجام کارهای نشاط‌آور، محرک‌های کارآفرینانه و تمایل به ثروت و قدرت و موقعیت اجتماعی (زارع احمدآبادی و همکاران، ۱۳۹۰).

نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی

در طول دهه‌های اخیر، بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه دچار تحولات بسیاری شده‌است و به شکل‌های مختلف بر اشتغال زنان و مردان روستایی تأثیر عمیقی به جای گذاشته‌است (علویان، ۱۳۸۱). رشد صنعت و تکنولوژی نیز در سال‌های اخیر در برخی از کشورهای در حال توسعه با وجود این‌که فرصت‌های شغلی زیادی را به همراه آورده، اما برای زنان روستایی چندان مفید نبوده‌است؛ زیرا بیشتر آن‌ها منابع درآمدزای سنتی خود را نیز از دست داده‌اند؛ بدون این‌که شغل جدیدی به دست بیاورند. چرا که بیشتر تولیدات زنان توسط تولیدات صنعتی جایگزین شده و ماشین‌آلات کشاورزی نیز موجب از دست رفتن بازار کار زنان در اغلب فعالیت‌های کشاورزی شده‌است. آن‌جا که اساساً زنان روستایی کمتر به مشاغل رسمی و اداری وارد می‌شوند، فرصت‌های شغلی برای آنان روز به روز کمتر می‌شود. این موضوع ریشه در پایین بودن تحصیلات و مسائل قومی و فرهنگی دارد (Leonard & et al 2001). شرایط محیطی خانواده و عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز بر سهم اندک اشتغال بیرون از خانه زنان در بازار کار تأثیر دارد (Vendrik, 2000). از سوی دیگر، زنان بیشتر در زمینه‌هایی که به سرمایه‌گذاری زیادی نیاز ندارد، زمینه فعالیت بیشتری دارند؛ مانند: فعالیت‌های خدماتی، گردشگری و کشاورزی. علاوه بر این، بسیاری از زنان علاقمند به فعالیت در کسب و کارهایی هستند که ریسک کمتری دارند. زنان تمایل دارند کسب و کار خود را به آرامی شروع کنند، ریسک‌پذیری کمتری نسبت به مردان دارند، و سعی می‌کنند وام نگیرند. (Talves & Laas, 2004)

برای زنان، کسب و کارهای خانگی، نقطه شروع مناسبی برای راه‌اندازی کسب و کار شخصی است، زیرا راه‌اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کارها به دلیل تنوع و عرضه محصول و خدمات یا تنوع در زمان و مکان عرضه خدمات و محصول، طرفداران زیادی پیدا کرده‌است و بسیاری از دولت‌ها سعی می‌کنند راه‌اندازی آن را در میان اقشار مختلف مردم به‌ویژه زنان رواج دهند. در اقتصاد جهانی، زنان کارآفرین به عنوان یک نیروی پر جنب و جوش و عامل رشد و توسعه اقتصادی به حساب می‌آیند. البته علی‌رغم افزایش تعداد زنان خوداشتغال در بسیاری از کشورها، زنان کارآفرین هنوز بخش کوچکی از کل جمعیت را تشکیل می‌دهند (Gray & Hervey, 2005).

گردشگری به عنوان صنعتی که به طور دائم در معرض تغییرات محیطی از جمله تغییر در وجه تقاضا (بازار) است، به بستری مناسب برای ظهور و رشد کارآفرینی تبدیل شده‌است. با توجه به اهمیت کارآفرینی در تولید ثروت و ویژگی گردشگری به عنوان ابزاری بالقوه برای توزیع و بازتوزیع ثروت در تمامی سطوح جامعه، به نظر می‌رسد هم‌افزایی کارآفرینی در حوزه گردشگری بتواند به عنوان کمک مؤثری جهت توسعه و توانمندسازی زنان قلمداد گردد (گرچی، ۱۳۹۰). صنعت گردشگری علاوه بر این که یک امر روحی، روانی و فرهنگی به شمار می‌رود بلکه متناسب با سیستم‌های مختلف و وجود یا ایجاد عوامل جذب گردشگر، یک فعالیت اقتصادی سودآور بوده و امروزه سومین صنعت پردرآمد جهان محسوب می‌شود. در دنیای امروز چه در کشورهای توسعه‌یافته و چه در کشورهای در حال رشد، بزرگ‌ترین امتیاز برای هر صنعت، سازمان و فرد، داشتن تفکر و خلاقیت برای کارآفرینی است. تفکر کارآفرینی موجب اشتغال‌زایی و در نهایت رفع بیکاری و کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی می‌شود. تفکر کارآفرینی کلید رشد و توسعه اقتصادی هر کشور شناخته شده‌است. در سال‌های گذشته دولت‌های کشورهای مختلف به طور جدی به تشویق تفکر کارآفرینی پرداخته‌اند چرا که ارتقای کشور و رشد ملت در گرو کار، اشتغال و بهره‌وری نهفته است. یکی از شاخه‌های مؤثر در اشتغال‌زایی صنعت گردشگری است (میرجلیلی، ۱۳۹۰). زنان در کشورهای رو به توسعه، امید اول برای ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه‌ی کشورهای خود محسوب می‌شوند. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب سودهای اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌نماید. زنان به دلایل متعدد از جمله بیکاری و کاهش دستمزدها و نارضایتی از شغل قبلی، وارد کارآفرینی می‌شوند. چون کارآفرینی راهی برای برون‌رفت از بیکاری

معمول است (Lordkipanidze, 2005). گردشگری فرصت‌های زیادی برای ایجاد درآمد و استقلال اقتصادی زنان فراهم می‌کند و به بهبود اقتصادی و اجتماعی زنان کمک می‌کند. زنان به طور معمول مشاغل گردشگری را در کنار وظایف سنتی خانگی خود (به عنوان مثال، ارائه اتاق و محل اقامت، مرتب و تمیز کردن محل اقامت گردشگران و تولید صنایع دستی) انجام می‌دهند (قشلاق و همکاران، ۱۳۹۱).

نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری به عنوان فرآورده جدید تغذیه‌ساز درآمد و راه علاج همه جوامع روستایی است که با مشکلات اقتصادی مواجه هستند، هنوز هم گردشگری به وسیله فعالیت‌هایی چون جنگلداری، ذخیره آب و حفظ محیط‌زیست در حال پیشرفت است که نه تنها یک رابطه متقابل میان کاربردهای متفاوت منابع روستایی را نشان می‌دهد بلکه یک وابستگی متقابل را هم بین آن‌ها نشان می‌دهد. گردشگری روستایی می‌تواند سهمی در متنوع‌سازی اقتصادی و توسعه پایدار داشته باشد و با ایجاد اشتغال و درآمد موجب توسعه مناطق توسعه‌نیافته گردد و اگر چه مشاغل مربوط به این صنعت خیلی تخصصی و پر درآمد نیستند، منافع بسیاری را نصیب روستاییان می‌کند. گردشگران برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات پول پرداخت می‌کنند. این پول‌ها در فعالیت‌های محلی جریان می‌یابد و موجب تحرک روستاییان در برآوردن نیازهای بازدیدکنندگان می‌شود. گردشگری روستایی با ایجاد اشتغال، افزایش سطوح درآمد، متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی، افزایش سطح آگاهی‌های اجتماعی و ایجاد روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان به حفاظت از میراث فرهنگی و محیط زیست طبیعی کمک کرده و با جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه و بهینه‌سازی بهره‌برداری از زمین به توسعه روستایی پایدار کمک می‌کند. امروزه از گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا یاد می‌شود؛ به طوری که بسیاری از کشورها به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته محسوب می‌شوند، این صنعت را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه زیربنایی می‌دانند. از این منظر، این‌گونه تحلیل می‌شود که صنعت گردشگری تا پایان دهه آینده، در صدر جدول صنایع پردرآمد جهان قرار می‌گیرد و انتظار می‌رود که بیش از چهل درصد اشتغال جهان را به خود اختصاص دهد. این صنعت با بخش‌های مختلف اقتصاد به طور مستقیم و غیرمستقیم در تعامل قرار دارد و با داشتن اثرات عمیق و متقابل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از بخش‌های مهم و حیاتی هر کشور محسوب می‌شود. گردشگری یکی از صنایعی است که به سرعت در حال رشد است. با رشد و رونق گردشگری نیازها و تقاضاهای جدید پیش می‌آید و میزان تقاضا نسبت به کالاهای خدمات و امکانات موجود افزایش می‌یابد. این امر، محیط ایجاد کسب و کارهای جدید را فراهم کرده و موجب افزایش روحیه کارآفرینی در بین

روستاییان می‌شود و همچنین منجر به افزایش سرمایه‌گذاری و ایجاد نگاه‌های جدید اقتصادی در مناطق روستایی می‌شود. بنابراین رونق گردشگری محیط روستا را از نظر اقتصادی، به محیطی پویا تبدیل می‌کند و در واقع، محیط روستا به محیطی انگیزشی و محرک برای کارآفرینی تبدیل می‌شود. با رونق گردشگری درآمدهای روستاییان نیز افزایش می‌یابد. علاوه بر این، با آمدن گردشگر به روستا، در اثر تعامل فرهنگی با گردشگران، فرهنگ و آگاهی‌های عمومی روستاییان افزایش می‌یابد. در گذشته زنان روستایی به کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با آن می‌پرداختند، اما امروزه بر اثر پیشرفت صنعت و تکنولوژی، حتی در روستاهای کشورهای در حال توسعه نیز مشاغل غیرکشاورزی توسعه یافته است. بنابراین نه تنها در برنامه‌ریزی‌ها توجه به عوامل مؤثر بر مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خاص روستایی لازم است، بلکه به عقیده بسیاری از صاحب‌نظران، لزوم برنامه‌ریزی صحیح برای اشتغال زنان در بخش غیرکشاورزی، به‌ویژه به دلیل ویژگی‌های فیزیولوژیکی و روانی زنان ضروری به نظر می‌رسد. در این راستا، گردشگری روستایی می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را برای زنان به وجود آورد. افزایش تولیدات صنایع دستی و فروش آن، گسترش خدمات هتل‌داری، پذیرایی و حمل و نقل، افزایش تقاضاهای گردشگران برای کالاهای و خدمات و گسترش فروشگاه‌های عرضه‌کننده نیازمندی‌های گردشگران، باعث ایجاد مشاغل جدید می‌شود، که نه تنها ساختار اقتصادی بلکه ساخت اجتماعی روستاها را نیز دستخوش دگرگونی می‌سازد. از سوی دیگر، زنان به دلیل مسئولیت‌های خانه و تربیت فرزندان تا حدودی نیازمند مشاغلی متفاوت از مردان هستند. شغل زنان باید انعطاف‌پذیر بوده و ساعات کار، قوانین مرخصی و سایر شرایط آن تابع ویژگی و نقش‌های زنان باشد، و آن‌ها را دچار خستگی مفرط نکند، همچنین میان نقش مادری و همسری و نقش شغلی زنان هماهنگی ایجاد کند. زنان به سبب فراهم نبودن شرایط مناسب تاکنون از بسیاری از پتانسیل‌ها برای کارآفرینی بهره‌برده‌اند به همین دلیل در هر اقتصادی که این شرایط فراهم می‌شود شاهد رشد سریع نرخ کارآفرینی زنان هستیم در همین راستا، یکی از زمینه‌های مهم در بحث کارآفرینی و توسعه جوامع روستایی و به خصوص روستاهای دارای پتانسیل‌های گردشگری، بهره‌گیری مناسب و بهینه از توانایی‌ها و استعداد‌های زنان روستایی در این جوامع می‌باشد با توجه به این موضوع، اهمیت به موقعیت خاص زنان روستایی و ایجاد اشتغال برای آنان امری ضروری و دور از اجتناب است چرا که زنان نقش به‌سزایی در اقتصاد روستایی و تولید دارند. ماهیت کسب و کارهای گردشگری به زنان این امکان را می‌دهد تا به صورت پاره‌وقت و در کنار امور مربوط به خانه‌داری و در محل سکونت خود (به صورت کسب و کار خانگی) به این‌گونه اشتغالات بپردازند.

منابع

۱. احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۹). «کارآفرینی: تعاریف، نظریات». الگو، چاپ دوم. تهران: انتشارات شرکت پردیس.
۲. احمدی، نهال، باغبان، ایران و فاتحی‌زاده، مریم‌السادات (۱۳۸۶). «کسب و کار خانگی: راهی به سوی خوداشتغالی زنان و کارآفرینی در خانه». مرکز اطلاعات و آمار شورای فرهنگی اجتماعی زنان.
۳. ایمنی قشلاقی، سیاوش. هاشمی، سعید (۱۳۸۸). «نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری». مجله کار و جامعه شماره ۱۰۶ و ۱۰۷.
۴. ایمنی قشلاقی، سیاوش، خانی، فضیله و هاشمی، سید سعید (۱۳۹۱). «نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی مطالعه‌ی تطبیقی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو». مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره هجدهم، بهار و تابستان ۱۳۹۱، صص ۲۲۴.
۵. پاپلی‌یزدی، محمد حسین. سقایی، مهدی. ۱۳۸۸. «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)». انتشارات سازمان مطالعه و ادوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت). چاپ سوم.
۶. خانی، فضیله (۱۳۸۵). «توسعه روستایی و چالش‌های اشتغال زنان». مجله پژوهش‌های جغرافیایی. شماره ۵۵، صص ۱۸۸-۱۷۱.
۷. دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاقی، سیاوش و بوذرجمهری، خدیجه (۱۳۹۰). «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو)». پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۸، زمستان ۹۰، صص ۱۹۵-۱۶۹.
۸. رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد (۱۳۸۷). «بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه‌ی نواحی روستایی، مطالعه‌ی موردی: روستایی برآن جنوبی (شهرستان اصفهان)». فصلنامه توسعه‌ی کارآفرینی، سال اول، شماره ۲، زمستان ۱۳۸۷، صص: ۱۶۱-۱۸۲.
۹. زارح‌احمد آبادی، حبیب‌الله و عربشاهی، شیوا. (۱۳۹۰). «الزامات آموزش کارآفرینی زنان روستایی یزد». دو فصلنامه علمی-ترویجی بانوان شیعه، سال هشتم، شماره ۲۶، بهار و تابستان ۱۳۹۰، صص: ۵۰-۷۰.
۱۰. ۱۰-اسام‌آرام، عزت و میرزائی، رحمت (۱۳۸۸)، «بررسی تاثیر صنعت گردشگری بر اشتغال در منطقه اورامانات». شماره ۱۱۰.
۱۱. ۱۱- سعیدی‌کیا، مهدی (۱۳۸۲). «آشنایی با کارآفرینی». نشر سیاس.
۱۲. ۱۲- علویان، سید محمدرضا (۱۳۸۱). «کار زنان در حقوق ایران و حقوق بین‌المللی کار». تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۱۳. ۱۳- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). «مدیریت گردشگری». انتشارات سمت، چاپ اول.
۱۴. ۱۴- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳). «کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن». فرهنگ مدیریت، شماره پنجم، سال دوم، صص: ۷۷-۱۰۷.
۱۵. ۱۵- ملوندی، محمد (۱۳۸۷). «کارآفرینی و پروژه». انتشارات امید مهر، چاپ اول ۱۳۸۷، صص: ۲۴۲-۳۳۱.
۱۶. ۱۶- مهدی، عاطفه، بهروش، مهدی و جاسمیان عقیل (۱۳۹۱). «گردشگری محیط‌زیست اقتصاد پنهان در سفره جوامع روستایی». همایش ملی توسعه روستایی نمایشگاه توانمندی‌های روستایی ۱۴ و ۱۵ شهریور ۱۳۹۱. رشت.
۱۷. ۱۷- میرجلیلی، جعفر (۱۳۹۰). «تاریخ گردشگری در چشم‌اندازی جامع». قابل دسترسی در سایت: www.mirjalilismj.blogfa.com
۱۸. ۱۸- میرزایی، رحمت (۱۳۹۱). «اثرات ناشی از فعالیت گردشگری در بازار کار و تأمین اشتغال». همایش ملی توسعه روستایی نمایشگاه توانمندی‌های روستایی ۱۴ و ۱۵ شهریور ۱۳۹۱. رشت. صص: ۳.
۱۹. ۱۹- اولی‌زاده، اقدس، قربانی پیرعلیدهی، فاطمه، غریب، جمشید و نظری، ایرج (۱۳۹۱). «بررسی موانع و راهکارهای مناسب جهت کارآفرینی زنان در شهرستان مهران». همایش ملی توسعه روستایی نمایشگاه توانمندی‌های روستایی ۱۴ و ۱۵ شهریور ۱۳۹۱. رشت.
۲۰. ۲۰- یوسف‌پور، مانده، حسین‌زاده، مریم، حسین‌زاده، حامد، طالب‌نژاد، رمضان و اکبری، یاسر (۱۳۹۱). «بررسی عوامل کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور ایران». کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دانشگاه مازندران، آبان ۱۳۹۱، صص: ۱-۱۵.

21. Ashomre, C., (2004). Criteria for youth entrepreneurship, Education, Columbus.
22. Djivre, J, 2008, Female Entrepreneurs of the North: Breaking Ground, Curren Research.
23. Gray, Kenneth R. and Joycelyn Finley-Hervey, 2005, Women and Entrepreneurship in Morocco: Debunking Stereotypes and Discerning Strategies, International Entrepreneurship and Management Journal Vol. 1, No. 2, 203-217.
24. Hisrich- Robert, D., Peters M.P. and Shepherd, D. A., 2005; Entrepreneurship, Sixth Edition, Published by Mc Graw- Hill / Irwin, New York, America.
25. Hisrich, R. Peters, M. and Dea S. Entrepreneurship, MC Grow Hill, New York. 2005, 136.
26. Holland, Jenny, Burian Michael, Dixey, Louise, 2003, Tourism in Poor Rural Areas Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic, PPT Working Paper No. 12 , funded by the Economic and Social Research Unit (ESCOR) of the UK Department for International Development (DFID).
27. Leonard, M, 2001, Old win in new 130 tales? Women working inside and outsiden the household, Women's studies International forum, Vol. 24, No. 1, pp 67 – 78.
28. Lordkipanidze, M., Brezet, H., Backman, M., 2005, The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development, Journal of Cleaner Production No.13, PP. 787- 798.
29. Mohapatra, S., Rozelle, S. and Goodhue, R., 2007, The Rise of Self- employment in Rural China: Development or Distress, World Development, Vol. 35, No.1, PP. 163- 181.
30. Russell, R & .Faulkner, B. (2004). Entrepreneurship, Chaos And The Tourism Area Lifecycle. Annals of tourism, Vol.31 (3), 556-579.
31. Sandeep, M., et al. (2007). The risk of self-employment in rural china: Development or Disaster? World Development Vol. 35, No.1, pp. 163-181.
32. Talves, K. and Laas, A., 2004, Rural women's entrepreneurship, Female Entrepreneurs' Meeting in the Baltic Sea Region, Tartu, Estonia.
33. Petridou, E. and Glavelis, N. (2008). "Rural women entrepreneurship within co-operatives: training support". Gender in Management: An International Journal Vol. 23 No. 4, PP.262-277.