



Identification and Ranking of Strategies to Promote the Development of Tourism and Ecotourism with the Entrepreneurial Approach of Rural Women (case study: Tourism Villages of Kerman Province)

Neda Baniasadi^{1*} and Somayeh Naghavi²

Article history:

Submitted: 10 July 2023

Revised: 18 May 2024

Accepted: 12 August 2024

Available Online: 12 August 2024

How to cite this article:

Baniasadi, N., and Naghavi, S. 2025. Identification and Ranking of Strategies to Promote the Development of Tourism and Ecotourism with the Entrepreneurial Approach of Rural Women (case study: Tourism Villages of Kerman Province). *Rural Development Strategies*, 11(4): 615-633.

DOI: 10.22048/RDSJ.2024.406344.2113

Abstract

This study aims to analyze the cost of production and investigate the economic scale in the production of major medicinal plants in Khorasan Razavi Province using the translog cost function. The information used in the study was collected using a simple random sampling method through interviews and questionnaire completion from 217 selected medicinal plant producers in the 2018-2019 year from the three major cities where these products are grown in Khorasan Razavi Province. The results of estimating the translog cost function in this study indicate a high share of cost explanation by specifying this function. Also, Allen's partial substitution elasticity and input price elasticity were estimated to be negative as expected and according to economic theory. In examining the economies of scale, it was determined that the cost elasticity for borage production farms is 0.15 and its scale elasticity is 6.67, which indicates that by increasing the production of this plant by one percent, its cost increases by 15%. Therefore, by increasing the production, the average cost of production is reduced, which makes the production process more economical. Similarly, the cost elasticity for cumin and rosemary was 3.41 and 2.17, and their scale elasticity was 0.29 and 0.46, respectively, which indicates the lack of economies of scale in the production of these plants. Given the high price sensitivity of chemical fertilizer inputs in cumin production, and pesticides and labor in rosemary production, an excessive increase in the price of these inputs will lead to losses for production units. Therefore, it is important to pay attention to this issue in policy-making for input pricing. In this regard, it is also important and recommended to pay attention to extension services to increase the efficiency of using inputs and reduce production costs.

Keyword: Ecology and tourism, Rural development, women's empowerment, rural entrepreneur

1 - Agricultural Development Department, Faculty of Agricultural Sciences and Food Industry, Tehran University of Science and Research, Iran

2 - Associate Professor at the Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Jiroft University, Jiroft, Iran



Corresponding Author: nedabaniasadi@gmail.com

© 2022, University of Torbat Heydarieh. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

مقاله پژوهشی

شناسایی، رتبه‌بندی و بیش‌بینی راهکارهای ارتقاء توسعه گردشگری و بومگردی با رویکرد کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه مورد: روستاهای گردشگری استان کرمان)

ندا بنی‌اسدی^{۱*} و سمیه نقوی^۲

تاریخ دریافت: ۱۹ تیر ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری: ۲۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۲ مرداد ۱۴۰۳

چکیده

کارآفرینی گردشگری در روستاها، راهکاری برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی به‌منظور کاهش شکاف بین شهر روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است. در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی زنان نقش بسزایی دارند. روش‌شناسی بنیان تحقیق حاضر به روش آمیخته استوار است و از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی تحلیلی است. به‌منظور گردآوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی (مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه) استفاده شد. قلمروی مکانی، روستاهای استان کرمان است و زنانی که در حیطه گردشگری و بومگردی فعالیت دارند. طبق آمار بدست آمده از سازمان میراث فرهنگی و استانداری استان کرمان در سال ۱۳۹۹، ۳۷۰ نفر در حیطه گردشگری فعالیت دارند که ۲۱۹ نفر آنها زن هستند و طبق فرمول کوکران، حجم نمونه مورد مطالعه ۱۳۹ نفر برآورد شد. با توجه به نتایج به دست آمده عوامل روانشناختی با آگاهی و دانش، هنجارهای اجتماعی، توانمندی‌های فنی و مدیریتی، عوامل محیطی رابطه مثبت و معنی‌دار و با مؤلفه اقتصادی، تبلیغات، میزان تحصیلات هیچگونه رابطه‌ای ندارد. متغیر آگاهی و دانش و هنجارهای اجتماعی و توانمندی‌های فنی و مدیریتی با مقدار R^2 برابر ۰/۸۳. قادر به تبیین توسعه بومگردی و گردشگری زنان روستایی است و متغیرهای عوامل محیطی، اقتصادی، تبلیغات، میزان تحصیلات به دلیل همبستگی زیاد با متغیرهای روانشناختی، آگاهی، هنجارهای اجتماعی، توانمندی‌های فنی و مدیریتی از مدل حذف شده‌اند. این نشان می‌دهد که متغیرهای باقیمانده مستقیماً نقشی در تبیین واریانس متغیر ملاک ندارند. متغیرهای دانش و آگاهی با ضریب عاملی ۰/۹۸ بالاترین تأثیر و تبلیغات با ضریب عاملی ۰/۲۳ کم‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی زنان روستایی در بومگردی و گردشگری دارند. بر اساس این پژوهش، صنعت گردشگری فرصت‌های تجاری و کارآفرینی متنوعی را برای درآمدزایی برای زنان روستایی ارائه می‌دهد و آنان می‌توانند فرصت‌های بسیاری را از طریق آموزش در تهیه غذا، ساخت صنایع دستی، مدیریت مهمان‌نوازی برای مهمانان به‌دست آورند.

کلمات کلیدی: بومگردی و گردشگری، توسعه روستایی، توانمندسازی زنان، کارآفرینی روستایی

۱- گروه توسعه کشاورزی، دانشکده علوم کشاورزی و صنایع غذایی، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران، ایران
۲- دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه جیرفت، جیرفت، ایران
(*- نویسنده مسئول: nedabaniyasiadi@gmail.com)

مقدمه

توسعه زنان کارآفرین به‌ویژه در مناطق روستایی نشانه دگرگونی اجتماعی و شکستن تابوهای سنتی است (مادورای ویران و سودا، ۲۰۱۷). کارآفرینی روستایی را می‌توان به‌عنوان یک حوزه منحصر به‌فرد در نظر گرفت که ویژگی‌ها و الزامات خاص خود را در یک زمینه دارد (دروزا و همکاران، ۲۰۲۱). در شرایط سخت اقتصادی که تحت تأثیر تحریم‌های همه‌جانبه و همچنین عدم سیاست‌گذاری و مدیریت صحیح در بخش‌های اقتصادی ایجاد گردیده است، به‌نظر می‌رسد، در راستای توسعه پایدار و کاهش فقر و بهبود وضعیت زندگی روستائیان و ایجاد درآمد پایدار ضرورت توجه ویژه به تقویت و توانمندسازی خانوارهای روستایی، توجه به توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی بیش از همیشه بایستی مورد توجه مسئولین ذیربط قرار گیرد (گلرد و فرحی، ۱۴۰۱). در گذشته پژوهشگران بر این اعتقاد بودند که خیلی از ویژگی‌ها ارثی است، با فرد متولد می‌شود و نمی‌توان کارآفرینان را پرورش داد؛ اما نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی مانند دیگر حرفه‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی پرورش می‌یابد. افراد از طریق آموزش کارآفرینی توانایی ایجاد و اداره یک خطر جدید و توانایی تفکر خلاق و انتقادی را در خود رشد می‌دهند. زنان روستایی نیز به نوبه خود نیازمند آگاهی کامل از کارآفرینی هستند و با کسب فنون آموزش و گسترش خصوصیات مورد نظر قادر خواهند بود از حالت سکون و یکنواختی درآیند. برخی از زنان نیازمند پرورش اعتماد به‌نفس و خودشکوفایی به همان اندازه مهارت‌های شغلی هستند. با وجود این ضرورت، زنان هنوز نتوانسته‌اند به جایگاه اصلی نقش‌آفرینی خود در توسعه دست یابند. اتفاق نظر اندیشمندان توسعه در این است که

تئوری‌ها و سیاست‌های پیشنهاد شده در زمینه کارآفرینی زنان، نارسایی‌هایی داشته و از کارآمدی لازم برای تمهید حضور و ایفای نقش زنان سازگار با نقش‌ها و مسائل جنسیتی در توسعه برخوردار نیست (منصوری و بقایی، ۱۴۰۰).

یکی دیگر از چالش‌های پیش‌روی زنان کارآفرین در تعادل بین کار و خانواده است. حتی اگر یکی از دلایل مهمی که زنان کسب و کار خود را راه اندازی می‌کنند، ایجاد تعادل بین کار و خانواده است، این امر اغلب به دلیل ناتوانی آنها در پرداخت کمک پولی کافی برای جایگزینی خود در خانواده با شکست مواجه می‌شود (راتن، و تاج‌الدینی، ۲۰۱۸). زنان اغلب دارای انگیزه ورود به بخش گردشگری به دلیل "انعطاف‌پذیری" و "مناسب بودن" هستند برای زنان این بخش دارای توجه و اهمیت ویژه در بخش کارآفرینی است. زنان کارآفرین افراد جاه-طلب هستند، آنها بدون محدودیت مسئولیت‌های مهمی را بر عهده می‌گیرند و مایلند محیطی را که اداره می‌کنند، کنترل کنند. پشتکار و توانایی کار در یک گروه مهمترین ویژگی‌های زنان تاجر در نظر گرفته می‌شود که آنها را در حرفه خود حمایت می‌کند، درحالی که جنبه جسمی آن مهم نیست (آن‌ها، ۲۰۱۱). گردشگری یکی از بخش‌هایی که بیشترین سهم کارمندان و کارآفرینان زن را دارد و یک فرصت بزرگ برای زنان (روستایی) برای اینکه پتانسیل‌های خود را شناسایی کنند. تحقیقات انجام شده در نقاط مختلف جهان نشان می‌دهد که مهمترین چالش‌های کارآفرینان زن، عدم دسترسی به حمایت مالی، موانع ساختاری (در مالیات، تفاوت‌های قانونی و غیره)، گزینه‌های محدود انتخاب استراتژیک، و موانع مرتبط با سرمایه انسانی مربوط می‌شود. (اینگیبورگ نوردبو، ۲۰۲۲).

4- Ratten, & Tajeddini

5- on

1- Ingeborg Nordbø

1- Maduraiveeran & Sudha

2- Maduraiveeran & Sudha

3- De Rosa

کشاورزی است (کانلی، ۲۰۱۸، ۵).

زنان روستایی باید از فرصت‌های مختلف موجود در بخش گردشگری مطلع باشند. همچنین اطلاعات در مورد فرصت‌های نوظهور در بخش گردشگری مناسب برای زنان روستایی باید به آن‌ها اطلاع داده شود. ثانیاً، آموزش‌های لازم قبل از شروع فعالیت‌های توریستی برای زنان لازم است در طول آموزش، آن‌ها باید روش پذیرایی را که نسبت به مشتریان خود اتخاذ شود، درک کنند. آن‌ها همچنین باید در زمینه مهارت‌های ارتباطی آموزش ببینند. ثالثاً، از آنجایی که این زنان سرمایه لازم برای راه اندازی کسب‌وکار را ندارند، باید مراحل تهیه وام را راهنمایی کنند. آن‌ها باید از مزیت‌های تشکیل و کار در تعاونی‌ها برای تأمین آسان سرمایه مطلع شوند (ياسودا کوماری و اودایا شانکار، ۲۰۲۰، ۶).

زنان کارآفرین در هند یا فاقد پذیرش اجتماعی هستند یا برای کسب وجوه و حمایت دولتی برای سرمایه‌گذاری‌های تجاری خود تلاش فراوانی می‌کنند. کمبود زنان کارآفرین در هند به علت کمبود منابع، تعصبات محیطی است (رامیجا، ۲۰۱۹).

در سری لانکا کارآفرینی گردشگری به گونه‌ایست که تعداد مشاغل زنان کمتر از مردان هستند به این دلیل که، تعداد زنان با آمار (۳۳،۸٪) در مقایسه با مردان (۴۸،۲٪) در مالکیت زمین و دسترسی زنان به وام‌های بانکی کمتر می‌باشد و این امر رشد مشاغل زنان را محدود می‌کند و دسترسی بیشتر به زمین و دارایی نسبت به زنان برای مردان بیشتر است. دسترسی به منابع مالی همچنان یک چالش است، در حالی که تعصبات جنسی عمیقاً ریشه‌دار شده و هنجارهای جنسیتی مشکلات مزیت بر علت هستند. هنجارهای سنتی جنسیتی، زنان کارآفرین را با

سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO)، گردشگری را چنین تعریف می‌کند: «گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که هر فردی در سفر و در محیطی غیر از محیط خود انجام دهد. این سفر بیش از یک سال معمول طول نمی‌کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت‌هایی از این قبیل است (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۱۳). به عبارت دیگر، گردشگری ابزاری برای تحرک اقتصاد و ترویج و توسعه از طریق ایجاد اشتغال و درآمد تعریف کرده‌اند (کریمی و لایی، ۱۴۰۰). بیشتر کشورها بوم‌گردی را به عنوان هدف برای تقویت اقتصاد خرد و کلان، حفاظت از محیط‌زیست و ارتقای صلح بین المللی در نظر می‌گیرند (هال، ۲۰۱۴، ۲). بنابراین، این صنعت توانایی در ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی دارد و نرخ رشد ۷ درصدی در ورود گردشگران در طول سال ۲۰۱۷ با تعداد حدوداً ۱۳۲۲ میلیون نفر را و نرخ رشد حدود ۵ تا ۴ درصد در سال ۲۰۱۸ را ثبت کرد (سازمان جهانی گردشگری UNWTO، ۲۰۱۸).

کارآفرینی روستایی را مهار نوآوری، حفظ و توسعه جوامع، فراهم کردن فرصت‌های شغلی و تعدیل رابطه بین کشاورزی، کاربری زمین، جامعه و توسعه اقتصادی تعریف می‌کند (نیوبری، ۲۰۱۷، ۲).

در مقاله‌ای مفهومی در مورد اکوسیستم کارآفرینی در کشور گویان^۴ با تأکید ویژه بر نقش حمایت فرهنگی و تأثیر احتمالی آن بر صنعت گردشگری در این کشور تا سال ۲۰۲۵ اشاره کرده است؛ تأکید این مقاله بر گردشگری طبیعی و گردشگری

1- United World Tourism Organization

2- Hall

3- Newbery

۴- کشور گویان کشوری در شمال شرقی آمریکای جنوبی است.

5- Connelly

6- Yasoda Kumari & Udaya Shankar

7- Ramija

توجه به مشتریان، همسایگان و کارمندان به طور یکسان در مضیقه قرار می‌دهد (هنداگرام کاسکاب^۱، ۲۰۲۱).

کارآفرینان کوچک و موفق گردشگری معمولاً کسانی هستند که با تمرکز بر یک محصول، خدمات یا بازار خاص و مهمان‌نوازی یک مزیت رقابتی قوی ایجاد می‌کنند. کارآفرینی گردشگری در روستاهای با هدف گردشگری در مناطق روستایی استان کرمان، راهکاری برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی به منظور کاهش شکاف بین شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است. از سوی دیگر، کارآفرینی گردشگری زنان می‌تواند یک راهبرد نوین در توسعه روستاهای این منطقه باشد. هدف گردشگری با رویکرد کارآفرینی زنان روستایی در این منطقه، به علت ماهیت اشتغال‌زایی و درآمدزایی بالا، می‌تواند راهحلی برای حل مسائل اقتصادی روستاییان از طریق اشتغال مولد و اشتغال موقت به خصوص برای زنان باشد و ماندگاری در روستا را تسهیل کند؛ بنابراین با توجه به اهمیت گردشگری و نقش آن در توسعه کارآفرینی، هدف اصلی پژوهش حاضر ارزیابی عملکرد عناصر زنان کارآفرین در زمینه گردشگری در روستاهای استان کرمان و شناخت مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه آن است. ضرورت انجام چنین مطالعه‌ای از آنجا می‌شود که از یک سو این پژوهش می‌تواند سرآغازی برای حرکتی هدفمند و منسجم به منظور نهادینه‌سازی کارآفرینی گردشگری باشد و از سویی دیگر زنان کارآفرین در حیطه گردشگری روستایی در استان کرمان نتوانستند رشد اقتصادی و اجتماعی چشمگیری داشته باشند. این مطالعه به بررسی عوامل مؤثر در حیطه گردشگری روستایی با رویکرد کارآفرینی زنان روستایی می‌پردازد.

پژوهش‌های متعددی در سطح ملی و بین‌المللی در زمینه کارآفرینی و گردشگری صورت گرفته است که در ادامه به برخی

از آن‌ها اشاره می‌شود.

ایمانی و حمید ننه‌کران (۱۴۰۱)، در شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر گردشگری روستایی با رویکرد آینده‌پژوهی عامل "گردشگری برنامه‌ریزی شده در روستاها" به‌عنوان عامل ورودی اصلی با بالاترین قدرت تعیین‌کنندگی در جایگاه نخست عوامل کلیدی برای توسعه گردشگری روستاهای شهرستان نیر از دیدگاه هیأت خبرگان است همچنین عامل "بافت سنتی روستاها" به‌عنوان دومین عامل و عوامل "جاذبه‌های طبیعی روستاها"، "جاذبه‌های تاریخی روستاها" و "امکانات بهداشتی روستاها" به‌عنوان سومین عامل مؤثر در توسعه گردشگری روستاهای شهرستان نیر تعیین گردیدند.

سهرابی و مختاری (۱۴۰۱)، در بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی اکوتوریسم، مؤلفه‌های «حامی و مشوق بودن قوانین»، «وضوح قوانین مربوط به کارآفرینی»، «اعتبارات بانکی مرتبط با کارآفرینی» و «درآمد به‌عنوان مهم‌ترین انگیزه کارآفرینی» در ایجاد کسب‌وکارهای اکوتوریسمی تأثیرگذارتر از تنوع جغرافیایی است.

نیازی و همکاران (۱۳۹۸)، در بررسی تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری روستایی چالش‌هایی مانند فشار هجوم گردشگر در فصول خاص گردشگرپذیری را با تقسیم اقامت و خدمات اشاره کرده است.

فلاح و پرهیزگار (۱۳۹۹)، در پژوهشی ضعف در بازاریابی (قیمت‌گذاری، تبلیغات، کیفیت محصول)، مسایل آموزشی و مدیریتی، بالا بردن نرخ بهره‌بانکی، مشکلات دیوان‌سالاری، عوامل اجتماعی و فرهنگی، جغرافیایی، فردی و خانوادگی را از مهم‌ترین چالش‌های ورود زنان روستایی در کارآفرینی معرفی می‌کنند.

نتایج بررسی مطالعه اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، در ارتباط با ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی، نشان داد که

شاخص‌های اقتصادی، مشارکت و نقش دولت و توانمندسازی ساکنان روستایی از لحاظ آگاهی و آموزش می‌تواند راه‌گشای توسعه روستایی باشد.

خسروی‌پور و پورجاوید(۱۳۹۶) در واکاوی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک زنان روستایی، عوامل فردی و روانشناختی به‌عنوان یکی از تعیین‌کننده‌های مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME)، که این موضوع محوری خودناشی از دو موضوع اولیه تجربه قبلی زنان روستایی کارآفرین و ویژگی‌های روانشناختی زنان روستایی کارآفرین بود در این راستا می‌توان با گسترش فرهنگ کارآفرینی و خود اشتغالی در جامعه‌ی روستایی به‌ویژه زنان که بازوان توانای فعالیت‌های روستایی محسوب می‌شوند، از طریق الگو قرار دادن افراد کارآفرین رسانه‌ها، مطبوعات و غیره و قدردانی از زنان کارآفرین شناخته شده، برگزاری همایش‌ها و گردهمایی‌هایی جهت مثبت نمودن ذهنیت افراد نسبت به کارآفرینی و مواردی این چنین که سبب تقویت اعتماد به‌نفس و ارتقای روحیه خودکارآمدی، خالقیت و نوآوری در بین زنان روستایی می‌گردد، زمینه ارتقاء و تقویت روحیه کارآفرینی آنان را فراهم نمود.

نتایج بررسی‌های هاشمی و درخشش (۱۴۰۰)، نشان می‌دهد که زنان کارآفرین، انگیزه و نیاز بالا برای موفقیت، کم برای سلطه متوسط برای استقلال و وابستگی دارند.

میرادزاده و همکاران (۱۳۹۷)، در توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع محور چهار شاخص روانشناختی، سیاسی اقتصادی، اجتماعی به ترتیب اولویت‌بندی کردند.

قادری و همکاران (۱۴۰۱)، حکمرانی مقصد گردشگری با رویکردی کارآفرینانه را بررسی کرده‌اند و معتقدند که دولت باید نقش خود را از هدایتگر به توان ساز تغییر دهد، ضمن ایجاد بستر فعالیت برای کارآفرینان و بخش خصوصی،

منافع کلیه ذینفعان اعم از دولتی خصوصی و جامعه را تامین کند.

اقدسی و همکاران (۱۴۰۰)، در تحقیقی با عنوان " مطالعه رفتار کارآفرینی بومگردی زنان روستایی در استان فارس با استفاده از نظریه داده‌بنیاد" نشان دادند که وجود مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از جمله انسجام اجتماعی، مؤلفه‌های سرمایه مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی باید در سطح قابل قبولی وجود داشته باشد.

گلکار مقدم و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی "واکاوی مقایسه‌ای زمینه‌های کارآفرینی زنان روستایی استان فارس" کارآفرینی زنان روستایی، ارتقای سطح روحیه و انگیزه زنان کارآفرین و فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم از جمله ایجاد فضای مناسب کسب و کار توأم با سیاست‌های تسهیل‌کننده از سوی شرکت مادر تخصصی صندوق سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی حمایت از توسعه ضروری است.

یاچین و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، بر اساس مصاحبه با صاحبان گردشگری روستایی نشان دادند، پتانسیل توسعه گردشگری روستایی مشروط به توانایی کارآفرینان برای استفاده پایدار از منابع فیزیکی و غیر مادی محلی است. بنابراین، دانش در مورد منابع شرکت‌های خرد برای درک نقش آنها در ترویج گردشگری پایدار بسیار مهم است.

سوان و مرگان^۲ (۲۰۱۶)، در تحقیقی با عنوان "شناسایی انواع کارآفرینی و شیوه‌ها در کسب و کارهای اکوتوریسمی" ایجاد اشتغال از طریق آموزش‌های زیست‌محیطی و ارزش‌های اجتماعی در فعالیت‌های تجاری بوم‌گردی خلق کنند.

بوسورث، و فارل^۳ (۲۰۱۱)، صاحبان شرکت‌های کوچک

1- Yachin

2- Swan&Morgan

۳- Bosworth & Farrell,

از این رو، شناسایی زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای جدید در این ناحیه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که وجهه همت این تحقیق است.

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نوع کمی است و روش اجرای آن پیشمایشی است. مطالعه حاضر شامل دو مرحله مرور مبانی نظری و تجربی و نیز مطالعه میدانی است. در فاز اول، مبانی نظری و تجربی مرتبط با محدوده موضوعی پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت. بر اساس هدف پژوهش، مرور ادبیات، سوابق و پیشینه پژوهش و نیز فرضیات طرح شده، الگوی نهایی تحقیق در شکل ۱ ارائه شده است؛ در فاز دوم نیز با بهره‌گیری از رویکردی کمی و مطالعه میدانی اقدام به طراحی شاخص‌های سنجش توسعه گردشگری و بومگردی بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی گردید.

قلمروی مکانی این پژوهش، روستاهای استان کرمان و جامعه آماری آن زنانی هستند که در حیطه گردشگری و بومگردی فعالیت دارند. آمار بدست‌آمده از تعداد زنان کارآفرین روستایی از موسسات و ارگان‌ها و سازمان‌های گوناگونی است که اسامی آنها در جدول ۱ ذکر شده است.

از سال ۱۳۹۹، ۳۷۰ نفر در حیطه گردشگری در این استان فعالیت دارند و از این تعداد، ۲۱۹ نفر در حیطه گردشگری و بومگردی در حال فعالیت هستند و باقی‌مانده از این آمار فعالیت خود را تعطیل کردند. طبق فرمول کوکران، حجم نمونه آماری ۱۳۹ نفر برآورد و شیوه نمونه‌گیری از نوع تصادفی ساده بود. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای محقق ساخته با گویه‌های از طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای (کاملاً موافقم=۵، موافقم=۴، نظری ندارم=۳، مخالفم=۲ و کاملاً مخالفم=۱) بود. جهت بررسی روایی پرسشنامه از نظرات خبرگان و به منظور تعیین پایایی از آلفای

گردشگری موفق از نظر تجارت محلی، اشتغال و بالا بردن شهرت گردشگری منطقه‌ای سهم قابل توجهی در اقتصاد روستایی نورثامبرلند دارند. در واقع، ممکن است در این زمینه، کارآفرینی را به معنای سرمایه‌گذاری استراتژیک همه اشکال سرمایه، اعم از انسانی، اجتماعی یا مالی، در تعقیب اهداف توسعه کسب‌وکار برنامه‌ریزی شده در نظر بگیریم. دور شدن از نگاه تک‌نگر به کارآفرینی مبتنی بر سود، ویژگی‌های مهم شبکه‌ها، اجتماع و درون‌گرایی را در درک ما از یک کارآفرین گردشگری متمرکزتر می‌کند.

کریستاچ و همکاران (۲۰۲۲)، کارآفرینی گردشگری را یک پتانسیل استراتژیک در استفاده مؤثر و پایدار از منابع طبیعی مطرح می‌شود. چشم‌انداز برنامه‌ریزی گردشگری در مناطق محروم کوهستانی باید بر توسعه پایدار آن متمرکز شود که به افزایش ابتکارات کارآفرینی از طریق تنوع بخشیدن و تضمین مکمل بودن خدمات گردشگری متناسب با نیازهای گردشگران و سازگار با چالش‌های اجتماعی جدید کمک می‌کند.

در دیدگاه جدید، جوامع محلی خود به عنوان بخشی از جاذبه‌های گردشگری در نظر گرفته می‌شوند، این موضوع به پایداری گردشگری روستایی بسیار کمک می‌کند. بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که کسب‌وکارهای متوسط راهکاری برای کاهش مسائل اقتصادی و اجتماعی در نواحی روستایی هستند. اما عملکرد کشورهای جهان سوم در این زمینه با جایگاه و اهمیت این کسب‌وکارها متناسب نبوده است. در ایران نیز، با وجود تأکید برنامه‌های سوم، چهارم، پنجم و ششم بر بنگاه‌های کوچک و متوسط، هنوز راه‌اندازی این واحدها به کندی پیش می‌رود و مطالعات انجام شده در این زمینه نشانگر غلبه نگرش شهری بر روستایی است.

انجام شده متغیرها و شاخص‌های تحقیق گردآوری شده و در جدول ۲ نام‌گذاری شده است.

استان کرمان پهناورترین استان ایران با مرکزیت شهر کرمان است. این استان کرمان در جنوب شرق ایران قرار گرفته و جمعیت آن بر اساس مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۹۵ برابر با ۳۱۶۴۷۱۸ نفر بوده است. کرمان با دربرگرفتن بیش از ۱۱ درصد از وسعت ایران با حدود ۱۸۳۱۹۳ کیلومتر مربع، نخستین استان پهناور ایران می‌باشد. کرمان نهمین استان پرجمعیت کشور محسوب می‌شود. استان کرمان با اقلیم‌های متنوع خود در بسیاری از محصولات باغی از جمله پسته، خرما، گردو، مرکبات رتبه‌های اول تا سوم کشور را در اختیار دارد به همت تلاشگران کرمانی، در عرضه کشاورزی موجب شده تا این استان بیشترین صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص دهد و در بازار جهانی جایگاه رفیعی نزدیک شود (شکل ۳).

کرونباخ استفاده شد که میزان مقادیر بدست آمده برای پایایی، بالاتر از ۰,۷۰ و روایی نیز مورد تایید پنل متخصصان قرار گرفت. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، واریانس و ضریب همبستگی و ضریب رگرسیون) و استنباطی (مدل معادلات ساختاری) استفاده شد. در این راستا، نرم افزارهای مورد استفاده AMOS, EX25 و SPSS, 25 بود. مرجع اسامی سازمان‌ها و ارگان‌هایی که تعداد آمار جامعه هدف را در اختیار تحقیق قرار داده است در جدول ۱ ذکر شده است.

با توجه به آنچه گفته شد، در بخش‌های پیشین پژوهش و در قالب فرضیه اصلی پژوهش ارتقا توسعه گردشگری و بومگردی با رویکرد کارآفرینی زنان روستایی و بر اساس مرور متن‌های نظری و بررسی‌های تجربی مرتبط، در این بخش مدل مفهومی پژوهش رسم شده است (شکل ۱) با توجه به مطالعات

جدول ۱- مرجع اسامی سازمان‌ها و ارگان‌هایی که تعداد آمار جامعه هدف را در اختیار تحقیق قرار داده است

Table 1- The reference of the names of the organizations and bodies that provided the statistics of the target community to the research

ردیف	سوابق اجرایی و شغلی
Row	Executive and career records
۱	استانداری استان کرمان
۲	مشاور عالی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور
۳	مدیر جهاد کشاورزی استان کرمان
۴	رئیس اداره کارآفرینی دفتر امور زنان روستایی و عشایری وزارت جهاد کشاورزی
۵	کارشناس آموزش دفتر امور زنان روستایی و عشایری وزارت جهاد کشاورزی
۶	کارشناس روابط بین‌الملل دفتر امور زنان روستایی و عشایری وزارت جهاد کشاورزی
۷	کارآفرین محلی در بخش گردشگری
۸	رئیس مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی
۹	رئیس کمیته امداد استان کرمان
۱۰	مدیر اداره تعاون و کار و رفاه اجتماعی استان کرمان

جدول ۲- مؤلفه‌ها و شاخص‌های استاندارد کارآفرینی در گردشگری
Table 2- Standard components and indicators of tourism entrepreneurship

شاخص‌ها Indicators	مؤلفه‌های اصلی The main components	متغیرهای اصلی Main variables	
ریسک‌پذیری	ویژگی‌های فردی زنان کارآفرین	عوامل روانشناختی	
تحمل ابهام			
ترس از شکست			
قصد و انگیزه کارآفرینی			
امکان‌پذیری کارآفرینی	دیدگاه زنان کارآفرین به گردشگری و بومگردی	عوامل روانشناختی	
داشتن مهارت، تخصص و تجربه	آشنایی با کارآفرینی		آگاهی و دانش
آشنایی با قوانین کار و بیمه			
استفاده از تجارب کارآفرینان محلی			
تسلط بر تاریخ و فرهنگ محل			
آشنایی با صنایع و غذای بومی	آشنایی با گردشگری و بومگردی	آگاهی و دانش	
تسلط حداقل بر یک زبان زنده دنیا			
نگرش افراد روستا به زنان کارآفرین			
وجود بستر فرهنگی مناسب برای ارتقاء روحیه کارآفرینی زنان			
تیم‌سازی زنان	ویژگی‌های فرهنگی	هنجارهای اجتماعی	
عضویت زنان در کتابخانه‌ها و عضویت هیات امنای مساجد و شورای روستا			
آشنایی به نیاز گردشگران			
نوآوری و خلاقیت			
آشنایی با مفاهیم به روز نوآوری و بین‌المللی گردشگری	راهبردهای مدیریتی	توانمندی‌های فنی و مدیریتی	
سیاست‌های رقابتی			
آشنایی با بروکراسی اداری			
مدیریت کردن تکنولوژی با فرهنگ بومی			
آشنایی با فناوری‌های نوین	توانمندی‌های فنی	توانمندی‌های فنی و مدیریتی	
دسترسی آسان به وسایل نقلیه			
دسترسی به جاده‌های آسفالت و استاندارد			
دسترسی به اینترنت با کیفیت			
مراکز رشد کارآفرینی جهت ارائه راهنمایی و مشاوره مناسب به زنان روستایی	زیرساخت‌های روستا	عوامل محیطی	
حداکثر استفاده از پتانسیل‌های کارآفرینی گردشگری			
ایجاد مشوق‌های مالی برای زنان کارآفرین گردشگری			
سرمایه‌گذاری بلندمدت در بومگردی			
آشنایی با نحوه قیمت‌گذاری خدمات گردشگری و بومگردی	حمایت‌های مالی	اقتصادی	
فروش محصولات تولید شده توسط زنان روستایی کارآفرین			
تبلیغ مکان			
برگزاری مسابقات محلی			
استفاده از فضای مجازی و تسلط بر تولید محتوا	بازاریابی	تبلیغات	
چاپ بنر، برشور، هدایا برای تبلیغات			
استفاده از تلوویزیون و رادیو و روزنامه و وسایل ارتباط جمعی			

نتایج و بحث

تعداد در حال فعالیت هستند. و میزان تحصیلات دیپلم با فراوانی ۴۳ و درصد ۳۰/۹ بالاترین فراوانی را دارند و سطح تحصیلات دکترا با فراوانی ۱ و درصد ۰/۷، کم‌ترین آمار را به خود اختصاص داده است تعداد متأهل ۹۸ با درصد فراوانی ۷۰/۵ در

نتایج پژوهش نشان داد که زنان در رده سنی ۲۰-۳۵ با فراوانی ۲۸ و درصد فراوانی ۲۰/۱ در کم‌ترین تعداد رده سنی ۳۵-۵۰ فراوانی ۵۸ و درصد فراوانی ۴۱/۷ در بیش‌ترین

حال فعالیت هستند (جدول ۳).

از آنجا که کمترین تعداد زنان در حیطه گردشگری و بومگردی روستایی زنان ۲۰-۳۵ سال می‌باشند، بدان معناست که زنان جوان تمایل کمتری برای ورود در این زمینه دارند و میزان تحصیلات در سطح دیپلم بیشترین تعداد در ورود در زمینه

گردشگری و بومگردی در حال فعالیت هستند و این نشان می‌دهد زنان با میزان تحصیلات بالاتر تمایل کمتری برای ورود به این صنعت دارند. طبق نتایج بدست آمده از تحقیق زنان مجرد به علت هنجارهای اجتماعی در روستا که زنان مجرد در محدودیت بیشتری قرار دارند کمتر در این صنعت فعالیت دارند.

جدول ۳- نتایج توصیفی توزیع فراوانی زنان کارآفرین در حیطه گردشگری روستایی

Table 3- Descriptive results of the frequency distribution of female entrepreneurs in the field of rural tourism

متغیر Variable	رده سنی Ages	فراوانی Abundance	درصد فراوانی Frequency	درصد تجمعی The cumulative percentage
	۲۰-۳۵	۲۸	۲۰/۱	۲۰/۱
سن	۳۵-۵۰	۵۸	۴۱/۷	۶۱/۹
	۵۰-۶۵	۵۳	۳۸/۱	۱۰۰/۰۰
		۱۳۹	۱۰۰/۰	
میزان تحصیلات	زیردیپلم	۲۶	۱۸/۷	درصد تجمعی
	دیپلم	۴۳	۳۰/۹	۱۸/۷
تحصیلات	فوق دیپلم	۳۲	۲۳	۴۹/۶
	کارشناسی	۳۱	۲۲/۳	۷۲/۷
	کارشناسی ارشد	۶	۴/۳	۹۵/۰
	دکتر	۱	۰/۷	۹۹/۳
		۱۳۹	۱۰۰	۱۰۰
وضعیت تاهل	متاهل	۹۸	۷۰/۵	۷۰/۵
	مجرد	۴۱	۲۹/۵	۱۰۰
		۱۳۹	۱۰۰	

تحلیل رگرسیون

با توجه به اینکه پیش‌بینی توسعه گردشگری و بومگردی در توسعه کارآفرینی زنان روستایی مدنظر است، روش رگرسیون چندگانه به روش گام به گام انتخاب شد به این ترتیب که متغیرهای پیش‌بین بر اساس ضرایب همبستگی هر یک از آنها در طی گام‌های متوالی وارد تحلیل شدند. اولین متغیر بر اساس بالاترین ضریب همبستگی صفر مرتبه با متغیر ملاک و سپس سایر پیش‌بین‌ها بر حسب ضریب همبستگی تفکیکی یا نیمه تفکیکی وارد تحلیل می‌شوند. البته پیش از آغاز تحلیل، ضرایب

همبستگی توسعه گردشگری و بومگردی با متغیرهای پیش‌بین مطابق جدول ۴ بررسی می‌شود.

با توجه به جدول ۵ توسعه بوم‌گردی و گردشگری با عوامل روانشناختی، آگاهی و دانش، هنجارهای اجتماعی، توانمندی‌های فنی و مدیریتی، عوامل محیطی رابطه مثبت و معنی‌داری و با مؤلفه اقتصادی، تبلیغات، میزان تحصیلات هیچ گونه رابطه‌ای ندارد. برای بررسی تأثیر مجموع متغیرهای پیش‌بین بر ملاک مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۴- ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق

Table 4- Correlation coefficients between research variables

متغیرها	روانشناختی	آگاهی و دانش	هنجارهای اجتماعی	توانمندی های فنی و مدیریتی	محیطی	اقتصادی	تبلیغات	میزان تحصیلات
Variables	psychological	Awareness and knowledge	social norms	Technical and managerial capabilities	Environmental	Economic	Advertising	Level of education
توسعه بومگردی و گردشگری	۰/۱۹۶**	۰/۲۵۲**	۰/۵۰۰**	۰/۴۹۸**	۰/۲۹۷**	۰/۰۹۳	۰/۶۳۷	۰/۳۰۶

همبستگی در سطح ۰,۰۱ (۲ دنباله) معنی دار است**.

همبستگی در سطح ۰,۰۵ (۲ دنباله) معنی دار است*.

جدول ۵ - خلاصه نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام توسعه بومگردی و گردشگری زنان روستایی بر حسب متغیرهای تعریف شده

Table 5- Summary of the results of the step-by-step regression analysis of the development of rural women's ecotourism and tourism according to the defined variables

رتبه	متغیرهای وارد شده	R^2	تعدیل شده R	خطای استاندارد	ΔR^2
rank	Imported variables		Adjusted R	standard error	
۱	عوامل روانشناختی	۰/۵۲۲	۰/۵۱۹	۱۶/۳۸۷۴۲	۰/۳۹
۲	آگاهی و دانش	۰/۷۴۵	۰/۷۴۲	۱۱/۹۹۹۱۵	۰/۰۳
۳	هنجارهای اجتماعی	۰/۸۰۶	۰/۸۰۲	۱۰/۵۱۶۵۵	۰/۰۴
۴	توانمندی های فنی و مدیریتی	۰/۸۳۱	۰/۸۲۷	۹/۸۳۵۶۵	۰/۰۴

ماخذ: یافته‌های تحقیق

مقدار R^2 تغییر کرده و مقدار آن برابر ۰/۸۳ می‌رسد یعنی توانمندی‌های فنی و مدیریتی قادر به تبیین توسعه بومگردی و گردشگری زنان روستایی است و متغیرهای عوامل محیطی، اقتصادی، تبلیغات، میزان تحصیلات به دلیل همبستگی زیاد با متغیرهای روانشناختی، آگاهی، هنجارهای اجتماعی، توانمندی-های فنی و مدیریتی از مدل حذف شده اند. این نشان می‌دهد که متغیرهای باقیمانده مستقیماً نقشی در تبیین واریانس متغیر ملاک ندارند.

در ادامه برای بررسی معناداری رگرسیون یعنی آزمون اینکه آیا متغیرهای پیش‌بین عوامل روانشناختی، آگاهی و دانش، هنجارهای اجتماعی، توانمندی های فنی و مدیریتی می‌توانند در پیش‌بینی متغیر ملاک توسعه بومگردی و گردشگری و زنان روستایی مؤثر باشند یا خیر، از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه (ANOVA) استفاده می‌شود. نتایج این آزمون در جدول ۵ ارایه

در ابتدا متغیر عوامل روانشناختی که بیشترین ضریب همبستگی را دارد، وارد معادله می‌شود. نظر به اینکه در هر مرتبه متغیرهای پیش‌بین جدید به تحلیل اضافه می‌شوند، به مقادیر R^2 مندرج در جدول ۴ اضافه می‌شود. ابتدا عوامل روانشناختی ۰/۵۲ درصد، از توسعه بومگردی و گردشگری زنان روستایی را تبیین می‌کند که در مرتبه بعد متغیر آگاهی و دانش به تحلیل اضافه می‌شود. همان طور که مشاهده می‌شود با ورود متغیر آگاهی و دانش مقدار R^2 تغییر کرده و مقدار آن برابر ۰/۷۰ می‌رسد، یعنی آگاهی و دانش قادر به تبیین ۷۰ درصد توسعه بومگردی و گردشگری زنان روستایی است. در مرتبه سوم با ورود متغیر هنجارهای اجتماعی به تحلیل مقدار R^2 به ۰/۸۰ می‌رسد یعنی که این سه متغیر با هم ۸۰ درصد از تغییرات توسعه بومگردی و گردشگری زنان روستایی را تبیین می‌کنند. در مرتبه چهارم با ورود متغیر توانمندی‌های فنی و مدیریتی

جدول ۶- نتایج تحلیل واریانس یکراهه مربوط به عوامل پیش بین

سطح معناداری Significance level	F	میانگین مجزورات mean square	df	مجموع مجزورات sum of squares	مدل Model
۰/۰۰۰	۱۵۶/۰۹۰	۴۱۹۱۷/۵۶۹	۱	۴۱۹۱۷/۵۶۹	رگرسیون ۱
		۲۶۸/۵۴۸	۱۴۳	۳۸۴۰۲/۱۲۹۳	خطا ۱
			۱۴۴	۸۰۳۱۹/۸۶۲	کل
۰/۰۰۰	۲۰۷/۹۲۸	۲۹۹۳۷/۳۸۰	۲	۵۹۸۷۴/۷۶۰	رگرسیون ۲
		۱۴۳/۹۸۰	۱۴۲	۲۴۴۵/۱۰۲	خطا ۲
			۱۴۴	۸۰۳۱۹/۸۶۲	کل
۰/۰۰۰	۱۹۵/۰۷۸	۲۱۵۷۵/۱۹۲	۳	۶۴۷۲۵/۵۷۶	رگرسیون ۳
		۱۱۰/۹۵۸	۱۴۱	۱۵۵۹۴/۲۸۶	خطا ۳
			۱۴۴	۸۰۳۱۹/۸۶۲	کل
۰/۰۰۰	۱۷۲/۵۶۲	۱۶۶۹۴/۰۶۵	۴	۶۶۷۷۶/۲۶۱	رگرسیون ۴
		۹۶/۷۴۰	۱۴۰	۱۳۵۴۳/۶۰۱	خطا ۴
			۱۴۴	۸۰۳۱۹/۲۶۸	کل

مشاهده می‌شود مقادیر b مربوط به این متغیر مثبت بوده یعنی با افزایش متغیر هنجارهای اجتماعی توسعه بومگردی و گردشگری زنان افزایش می‌یابد. با ورود متغیر توانمندی‌های فنی و مدیریتی مقدار b مربوط به عوامل روانشناختی و دانش و آگاهی و هنجارهای اجتماعی کاهش پیدا کرده است. اما در مورد توانمندی‌های فنی و مدیریتی افزایش پیدا کرده است. مقادیر b مربوط متغیر توانمندی‌های فنی و مدیریتی مثبت بوده یعنی با افزایش متغیر توانمندی‌های فنی و مدیریتی میزان توسعه بومگردی زنان روستایی افزایش می‌یابد و دیگر متغیرها به دلیل همبستگی زیاد با این متغیرها از مدل حذف شده‌اند.

مدل‌یابی معادلات ساختاری

برای تحلیل و بررسی روابط مورد نظر در مدل مفهومی از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد. مدل‌یابی معادلات ساختاری روشی است که در آن روابط به هم وابسته و همزمان چندین متغیر بررسی و آزمون می‌شود. در این پژوهش از دو وجه مدل معادلات ساختاری، مدل اندازه‌گیری و مدل تابع

همان‌گونه که در جدول ۶ ملاحظه می‌شود F به دست آمده در مدل اول یعنی وقتی که عوامل روانشناختی متغیر پیش‌بین بوده است (۱۵۶/۰۹۰). در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. F به دست آمده در مدل دوم یعنی وقتی عوامل روانشناختی و آگاهی و دانش پیش‌بین بوده‌اند (۲۰۷/۹۲۸). نیز در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. همچنین در مدل سوم که متغیر عوامل روانشناختی و آگاهی و دانش و هنجارهای اجتماعی پیش‌بین هستند، F به دست آمده (۱۹۵/۰۷۸) در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است و در گام چهارم که عوامل روانشناختی و آگاهی و دانش و هنجارهای اجتماعی و توانمندی‌های فنی و مدیریتی متغیرهای پیش‌بین هستند F به دست آمده (۱۷۲/۵۶۲) در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است (جدول ۶).

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، رابطه عوامل روانشناختی با توسعه بومگردی و گردشگری زنان روستایی در مدل ۱ معنادار مستقیم است ۲ با ورود دانش و آگاهی با عوامل روانشناختی مقدار ضریب مربوط به عوامل روانشناختی کاهش پیدا کرده است. اما در مورد هنجارهای اجتماعی، همان‌طور که

داده‌های تجربی گردآوری شده حمایت می‌شود یا خیر؟ در صورتی که پاسخ مثبت باشد، مدل قابل قبول است. در غیر این صورت بایستی نسبت به اصلاح آن همت گماشت. برای تفسیر مقادیر موجود در جدول ۸ باید گفت که شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده یا RMSEA نشان می‌دهد که آیا مدل تدوین شده را می‌توان قابل قبول دانست یا خیر. این شاخص که به عنوان یکی از شاخص‌های بدی برازش شناخته می‌شود، مقدار آن بین صفر تا یک تغییر می‌کند و هرچه مقدار به دست آمده آن کوچک‌تر باشد، مدل تدوین شده قابل قبول‌تر تلقی می‌گردد. مقدار ۰/۰۲۵ برای مدل عاملی تدوین شده حاکی از این است که مدل، قابل قبول می‌باشد. شاخص‌های تطبیقی نیز به منظور بررسی قابل قبول بودن مدل بر مبنای مقایسه آن با مدل استقلال تدوین شده است.

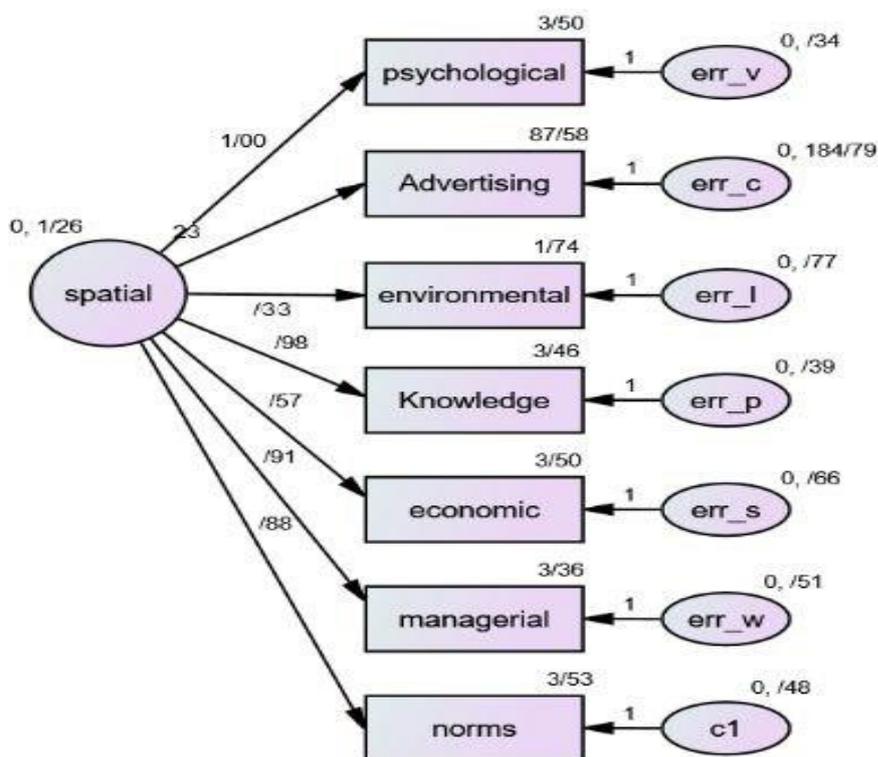
ساختاری استفاده شده است. مدل اندازه‌گیری کاربرد تحلیل عاملی تأییدی برای تعیین مشارکت هر یک از گویه‌ها در اندازه‌گیری سازه پنهان است و مدل ساختاری به روابط عامل‌های نهفته مربوط می‌شود. به‌طور کلی، مدل معادلات ساختاری به دلیل مشارکت دادن خطاهای اندازه‌گیری در مدل، برآوردهای صحیح‌تری از روابط علی فراهم می‌کند. نرم‌افزار آموس (AMOS) برای ارزیابی مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری به کار برده شد (شکل ۳).

مدل تحلیل عاملی تأییدی نقش توسعه بومگردی و گردشگری در کارآفرینی زنان روستایی
با استفاده از شاخص‌های کلی بر ارزش می‌توان به این پرسش پاسخ داد که صرف نظر از مقادیر خاص گزارش شده برای پارامترها، آیا به طور کلی، مدل تدوین شده، توسط

جدول ۷- ضریب رگرسیونی توسعه گردشگری و بومگردی با رویکرد کارآفرینی

Table 7- Regression coefficient of tourism and ecotourism development with entrepreneurial approach

ردیف row	متغیرها variables	B	خطای استاندارد standard error	استاندارد شده B Standardized	t	sig
۱	مقدار ثابت	۸۷/۸۵۷	۱۲/۶۹۴	-	۶/۹۲۳	۰/۰۰۰
	عوامل روانشناختی	۷/۹۶۰	۰/۶۳۷	۰/۷۲۲	۱۲/۴۹۴	۰/۰۰۰
	مقدار ثابت	۵۲/۳۰۳	۹/۸۲۵	۹/۸۲۵	-	۰/۰۰۰
	عوامل روانشناختی	۷/۶۶۴	۰/۴۶۷	-۰/۶۹۵	۱۱/۰۲۷	۰/۰۰۰
	آگاهی و دانش	۲/۷۱۳	۰/۲۴۳	-۰/۴۷۴	۵/۷۲۳	۰/۰۰۰
	مقدار ثابت	۳۴/۸۷۴	۹/۰۰۶	-	۳/۸۷۰	۰/۰۰۰
	عوامل روانشناختی	۰/۱۲۸	۰/۴۱۶	-۰/۷۳۸	-۰/۱۷۳	۰/۰۰۰
	آگاهی و دانش	۲/۱۳۷	۰/۳۳۱	-۰/۳۷۱	۵/۷۶۰	۰/۰۰۰
	هنجارهای اجتماعی	۱/۰۹۸	۰/۱۶۶	-۰/۲۶۹	۴/۰۸۱	۰/۰۰۰
	مقدر ثابت	۳۴/۳۳۱	۸/۴۲۳	-	۴/۰۷۶	۰/۰۰۰
	عوامل روانشناختی	۷/۹۹۳	۳/۳۹۰	-۰/۷۲۵	۱۱/۰۲	۰/۰۰۰
	آگاهی و دانش	۲۰/۰۳۷	۰/۲۱۷	-۰/۳۵۶	۵۶/۲۸	۰/۰۰۰
	هنجارهای اجتماعی	۱/۱۳۸	۰/۱۵۵	-۰/۲۷۸	۴/۰۹۳	۰/۰۰۰
	توانمندی های مدیریتی	۷/۵۸۹	۱/۶۴۸	-۰/۱۶۱	۴۷/۱۳۶	۰/۰۰۰



$\chi^2=17/320$ $DF=14$ $P=0/240$
 $RMSEA=0/025$
 $\chi^2/DF=1/228$

شکل ۳- نمودار معادلات ساختاری

Figure 3- Diagram of structural equations

کارآفرینی زنان روستایی در قالب هفت مقوله اصلی در سطح استان کرمان منطبق بر تحلیل عاملی و تاییدی بدین شرح منعکس می‌کند.

با توجه به نتایج به دست آمده از مدل تحلیل عاملی تأییدی و به دست آمدن امتیازات بار عاملی هر یک از شاخص‌ها، اولین عامل مؤثر بر کارآفرینی گردشگری، دانش و آگاهی با ضریب تأثیر عاملی ۰/۹۸ می‌باشد که با نتایج حسینی‌نیا و فلاحی ۱۳۹۸ و مرادزاده و همکاران ۱۳۹۷ همخوانی دارد. در تحلیل این نتیجه می‌توان این گونه استدلال کرد آنچه برای توسعه توسعه

این شاخص‌ها مقادیری بین صفر تا یک را به خود می‌گیرند و مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ در اغلب منابع به عنوان مقادیر قابل قبول تفسیر شده‌اند. در جدول ۸ شاخص برازش توکر لوئیس (TLI) که همان (NNFI) است برابر با ۰/۹۸۶ و نیز شاخص برازش تطبیقی (IFI) برابر با ۰/۹۸۵ است و از آنجایی که مقادیر آن‌ها بیش از ۰/۹۰ است، لذا براساس این شاخص‌ها، مدل تدوین شده قابل قبول تلقی می‌گردد (جدول ۸).

یافته‌های این پژوهش، شناسایی و رتبه‌بندی و پیش‌بینی راهکارهای ارتقاء توسعه گردشگری و بومگردی با رویکرد

سومین شاخص هنجارهای اجتماعی است که تحت آموزش‌های اجتماعی، زنان روستایی که مرکز فعالیت های اقتصادی روستا بودند کم‌کم به اعتماد به نفس دست پیدا کنند و جایگاه واقعی خود را در جامعه بدست آورند و هنجارهای اجتماعی به سمت توانمندسازی زنان روستایی پیش رود. چهارمین شاخص، عامل اقتصادی است ابتدا باید شرایط ایجاد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری و بومگردی فراهم گردد. شبکه-سازی اقتصادی در شبکه‌های محلی است. تبلیغات با ضریب عاملی ۰/۲۳ کم‌ترین تأثیر بر کارآفرینی زنان روستایی در بومگردی و گردشگری دارند. پایین بودن ضریب این شاخص دال بر این است که تبلیغات در گردشگری و بومگردی ضعیف عمل کرده است. تبلیغات رسانه‌ای می‌تواند یک حامی بزرگ برای زنان روستایی باشد.

گردشگری و بومگردی با رویکرد کارآفرینی زنان روستایی استان کرمان در مراحل اولیه نیاز است، تأکید بر فرایندها و توانمندسازی در دانش و آگاهی است که مقدم بر منابع مالی است. در گام اول، جامعه محلی باید این توانایی‌های بالقوه و مزیت نسبی را شناسایی کنند. این مزیت‌ها شاید در نگاه اول جدی به نظر نرسد، اما با نگاه عمیق و آگاهانه عامل اصلی در توسعه کارآفرینی زنان روستایی است. آگاهی و دانش در حیطه کارآفرینی باعث افزایش دید تیزبینانه زنان خواهد شد که مکانی برای جاذبه‌های طبیعی ندارد از طریق فرهنگ، رسوم، کشاورزی توریستی و غذا در حیطه کارآفرینی فعالیت کنند.

عامل دوم توانمندی‌های فنی و مدیریتی که آشنایی با اصول اولیه مدیریت نحوه تصمیم‌گیری و مشارکت در تصمیم-گیری‌های روستا و آشنایی با اصول اولیه حسابداری از می‌باشد.

جدول ۸- شاخص‌های کلی برازش برای مدل مفهومی

Table 8- General fit indices for the conceptual model

مقدار مشاهده شده observed value	حد نرمال normal limit	شاخص Indicator
۱۹۹	بزرگ تر از صفر	DF
۱/۴۰۳	کمتر از ۳	نسبت به df
۰/۹۳۲	۰/۹ و بالاتر	شاخص هنجار شده برازندگی (NFI)
۰/۹۸۶	۰/۹ و بالاتر	شاخص هنجار نشده برازندگی (NNFI)
۰/۹۸۵	۰/۹ و بالاتر	شاخص برازندگی فزاینده (IFI)
۰/۰۲۵	کمتر از ۰/۰۵	ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب، RMSEA

نتیجه‌گیری کلی

صنعت گردشگری فرصت‌های تجاری و کارآفرینی متنوعی را درآمذزایی برای زنان روستایی ارائه می‌دهد. زنان روستایی می‌توانند فرصت‌های متعددی را از طریق آموزش در تهیه غذا، ساخت صنایع دستی، مدیریت مهمان‌نوازی برای مهمانان به دست آورند. افزایش میل به غذاهای سنتی روستایی که رو به افزایش است، فرصت‌های کارآفرینی عظیمی را برای زنان روستایی فراهم می‌کند.

مسکن روستایی همچنین فرصت‌های تجاری جدیدی را برای زنان روستایی ایجاد می‌کند. بنابراین زنان کارآفرین روستایی می‌توانند ضمن همگامی با زندگی شخصی، خانوادگی و اجتماعی خود، فرصت‌های شغلی برای دیگران ایجاد کنند. با توجه به هنجارهای جنسیتی و موانع اجتماعی زنان، زنان باید آگاهی و دانش خود را حین فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش دهند تا مدیریت فعالیت‌های خود را به نحو بهتری انجام دهند. همچنین عوامل اقتصادی پژوهش عوامل نهادی - به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان مطرح شده است، لذا بر این

مطرح می‌شود، عوامل بستر ساز کارآفرینی سازمان‌های آموزشی در ایجاد قابلیت‌های خالق و همچنین بسیار مهم و مؤثر سایر سازمان‌های فرهنگی در این زمینه، می‌باشد.

اساس انتظار می‌رود سازمان‌های اقتصادی و نهادی در حمایت از زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه تلاش کنند. علاوه از آنجایی که تفکر خالق و توانمندسازی به‌عنوان بر این، نقش آفرینی زنان

منابع

ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی: مطالعه موردی استان خراسان شمالی. *روستا و توسعه*، (۴) ۲۳، ۸۹-
doi: 10.30490/rvt.2020.318629.1128.114

قادری، ا.، کیائی، ب.، فقیهی، ا. و محمودزاده، س.م. (۱۴۰۲). حکمرانی مقصد گردشگری با رویکردی کارآفرینانه. *گردشگری و توسعه*، (۳) ۱۲،
doi:10.22034/JTD.2022.354416.2646 ۵۸-۴۳

گلکار فرد، م.، رضائی مقدم، ک. و فاطمی، م. (۱۳۹۸). واکاوی مقایسه‌های زمینه‌های کارآفرینی زنان روستایی استان فارس. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، (۱۲) ۳۵-۴۷.
doi:20.1001.1.25383426.1398.6.12.8.5

گلدرد، پ. و فرحی، خ. (۱۴۰۱). طراحی الگوی توسعه ی کارآفرینی روستایی در کسب و کارهای خرد. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی* (۴) ۱۵، ۵۵۷-
doi: 10.22059/JED.2022.312215.653492667

محمدی، س. و محمد شریفی، ژ. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر موانع گرایش زنان روستایی به کارآفرینی گردشگری (مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد). *زن در توسعه و سیاست*، (۳) ۱۷، ۴۳۹-۴۶۸.
doi.org/10.22059/jwdp.2020.275033.1007581

مختاری، ک.، کلا، م.، قلی زاده ارات بنی، م. و درزی اواتی، ص. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر ویژگی‌های تبلیغات رسانه‌های اجتماعی (اینستاگرام) بر قصد خرید مشتریان (مطالعه موردی: مشتریان فروشگاه رفاه شهر سوادکوه). *مدیریت بازاریابی هوشمند*، (۴) ۱۷-۳۱

اکبری سامانی، ن.، بدری، س. و رضوانی، م. (۱۳۹۹). ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان تهران). *پژوهش‌های روستائی*، (۳) ۱۱، ۵۵۶-
doi: 10.22059/JRUR.2020.294235.1435575

اقدسی، س.، امیدی نجف‌آبادی، م. و فرج الله حسینی، سید ج. (۱۴۰۱). مطالعه رفتار کارآفرینی بوم‌گردی زنان روستایی در استان فارس با استفاده از نظریه داده بنیاد. *گردشگری و توسعه*، (۴) ۶۴-۵۱، ۶۴-
doi: 10.22034/jtd.2021.304775.2450

بنی اسدی، ن.، ثمری، د.، فرج الله حسینی، ج. و امیدی نجف آبادی، م. (۱۳۹۸). راهبردهای توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی خرما با رویکرد کارآفرینی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان بزم استان کرمان). *راهبردهای توسعه روستایی* (۴) ۶، ۴۴۵-
doi.org/10.22048/rdsj.2020.189742.1807.462

خسروی پور، ب. و پورجاوید، س. (۱۳۹۶). واکاوی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا. *راهبردهای توسعه روستایی*، (۳) ۴، ۳۱۵-
doi: 10.22048/rdsj.2018.51322.1528299

سهرابی، پ.، سادات، و مختاری، د. (۱۴۰۱). بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی اکوتوریسم در پای کوه‌های سه‌مهند مطالعه موردی دره آذرشهرچای. *راهبردهای توسعه روستایی*، (۱) ۵۳-۹۶۵.
doi: 10.22048/rdsj.2022.298300.1977

فلاح، م. و پرهیزکار برزلی، ف. (۱۳۹۹). شناسایی پیشایندهای

- Tourism entrepreneurs in Northumberland. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1474-1494, doi:10.1016/j.annals.2011.03.015
- Cristache, N., Soare, L., Nastase, M., Antohi, V. M. (2022) Integrated approach of the entrepreneurial behaviour in the tourist sector from disadvantaged mountain areas from Romania. *Environment, Development and Sustainability*, 24(4) 5514-5530. doi: 10.1016/j.annals.2011.03.015
- Connelly, A. (2018). How can the entrepreneurship ecosystem in Guyana impact the tourism industry by 2025? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. Vol. 10 No. 5, pp. 569-580. doi.org/10.1108/WHATT-05-2018-0033
- De Rosa, M., Bartoli, L., & McElwee, G. (2021). Spaces of innovation and women rural entrepreneurship in Italy. *New Medit*, 20(3 SI), 85-100. doi.org/10.30682/nm2103f
- Hall, M. (2014). *Tourism and social marketing*. Published February 24, 2014. Routledge. ISBN 9780203854259
- Handaragama, Saman., Kusakabe, Kyoko (2021), Participation of women in business associations: A case of small-scale tourism enterprises in Sri Lanka. *Journal of Heliyon*. 11(7), 1-10, doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08303
- Maduraiveeran, P., P. Sudha, G. (2017). Rural Women Entrepreneur and Capacity Building Role of NGOs in Empowering Women in India, *SHS Web of Conferences* 86, 01017 (2020) ICORE 2019
- Newbery, Newbery., Siwale, Juliana., Henley., Henley. (2017). Rural entrepreneurship theory in the developing and developed world. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol (18)1.3-4, doi: 10.1177/1465750316686232
- Nordbø, I., (2022). Female entrepreneurs and path-dependency in rural tourism. *Journal of Rural Studies*. 96(1). 198-206. doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.09.032
- doi:JABM.3.2.15564.35855164
- مراذزاده، ع.، قاسمی، م.، سالارزهی، ح.، یعقوبی، ن. و بذرافشان، ج. (۱۳۹۷). اولویت‌بندی پیش‌ران‌های توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع‌محور. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۱(۱)، ۱۶۱-۱۷۹ doi : 10.22059/JED.2018.252524.652494.۱۷۹
- منصوری س. و بقایی ط. (۱۴۰۰). توسعه مدل فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی مبتنی بر دیدگاه صاحب‌نظران آموزشی. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۸ (۱۵) ۱۱۰-۱۱۰: doi 10.52547/jea.8.15.100
- نیازی، ه.، صفایی، م.، ج. خسروبیگی بزچلوبی، ر. و طاهری قاسم آبادی، ج. (۱۳۹۸). بررسی تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری روستایی در روستاهای مجاور روستای هدف گردشگری (مورد مطالعه: روستاهای هم‌جوار روستای روئین اسفراین). راهبردهای توسعه روستایی، ۱۸۹-۱۹۹(۲) ۱۸۰-۱۱۰: doi: 10.22048/rdsj.2020.189669.1806:
- هاشمی، س. و درخش، س. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های فردی رفتار کارآفرینانه پرستاران زن در گردشگری پزشکی با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری. زن در توسعه و سیاست، ۱۹(۳)، ۴۵۵-۴۷۶ doi.org/10.22059/jwdp.2021.322366.1008000
- ایمانی، ب. و حمید ننه کران، ا. (۱۴۰۲). شناسایی پیش‌ران‌های تأثیرگذار بر گردشگری روستایی با رویکرد آینده‌پژوهی (نمونه موردی: روستاهای شهرستان نیر). راهبردهای توسعه روستایی، ۱۰(۴)، ۴۱۲-۴۲۷. doi: 10.22048/rdsj.2023.334669.2009
- Arsic, Sanela., Nolic, Djordje., Zivcovic, Živan. (2017). Hybrid SWOT – ANP – FANP model for prioritization strategies of sustainable development of ecotourism in National Park Djerdap, Serbia, *Forest Policy and Economics*, 80, 11–26. doi: 10.1016/j.forpol.2017.02.003
- Bosworth, G., & Farrell, H. (2011).

- be aneco-entrepreneur? Identifying entrepreneurial types and practices in ecotourism businesses. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(2), 120-132. doi: 10.1177/1465750316648580
- Yasoda Kumari, P., Udaya Shankar, A. (2020). Rural women Entrepreneurship in Tourism Sector: Findings from Case studies. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 4(7), 835-843, doi: /jcdr.2020.16/07/2023
- Yachin, J. M., & Ioannides, D. (2020) "making do" in rural tourism: the resourcing behavior of tourism micro-firms. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(7) 1003-1021, doi.org/10.1080/09669582.2020.1715993
- On, A. (2011)., Women entrepreneurship in Romania, Lecturer, PhD, L, PetruMaier University of Tîrgu-Mureş, Faculty of Economics, juridical and Administrative Sciences, Department of Management and Economy
- Ramija, B. (2019). Rural Women Entrepreneurs in India, *International Journal of Current Research* 11(6), 4648-465, doi.org/10.24941/ijcr.34451.06.2019
- Ratten.v, Tajeddini, K., (2018). Women's entrepreneurship and internationalization: patterns and trends. *Int. J. Sociol. Soc. Pol.* 38 (3), 780-793, doi: 10.1108/IJSSP-01-2018-0001
- Swan, C. D., & Morgan, D. (2016). Who wants to