

شناسایی و تحلیل کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری مطالعه موردی: روستای لیلاکوه، شهرستان لنگرود

مجید یاسوری^۱، معصومه نوروزی نژاد^۲

(رشت، دانشگاه گیلان) (yasoori@um.ac.ir)

چکیده

هدف از انجام این تحقیق، شناسایی و تحلیل کسب و کارهای زنان روستایی است که با بخش گردشگری مرتبطند. محدوده مورد مطالعه در این تحقیق، روستای لیلاکوه از توابع شهرستان لنگرود است. در تحقیق حاضر، سه سؤال اصلی مطرح است: ۱- کسب و کار زنان روستای لیلاکوه در بخش گردشگری به چه صورت است؟ ۲- مشکلات و محدودیت‌های کارشان چیست؟ ۳- چه راهکارهایی برای بهبود کسب و کار زنان روستایی وجود دارد؟ در این تحقیق از روش‌های توصیفی-تحلیلی و پیمایشی بهره گرفته شد. جامعه آماری ۱۳۷ نفر از زنان روستای لیلاکوه است که از طریق همه‌پرسی مورد پرسش قرار گرفتند. همچنین از طریق مصاحبه با تعدادی از زنان شاغل، فعالیت و مشکلات آن‌ها مورد شناسایی قرار گرفت. طبق یافته‌های به دست آمده فعالیت غالب، تولیدات کشاورزی است که ۴۸٪ از زنان روستا یعنی ۶۶ نفر به انجام آن مشغول هستند. انگیزه اقتصادی و کسب درآمد مهم‌ترین انگیزه زنان روستا بوده، به طوری که ۹۵٪ از آنان، کسب درآمد را تا حد خیلی زیاد در انجام فعالیتشان مؤثر می‌دانند. انگیزه اجتماعی مانند سرگرمی در حد پایینی قرار دارد. در باره تأثیر مثبت گردشگری بر ایجاد اشتغال، ۴۳٪ از زنان، آن را خیلی زیاد مؤثر دانستند، همچنین مهم‌ترین مشکل از نظر آنان، نداشتن مکان مناسبی برای فروش تولیدات است که ۵۶ نفر یعنی ۴۰٪، اصلی‌ترین مشکل خود را همین مورد می‌دانند.

کلیدواژه‌ها: زنان، گردشگری، کسب و کار روستایی، روستای لیلاکوه

۱- استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی (مدیر گروه جغرافیای دانشگاه گیلان).

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی.



۱- مقدمه

سکونتگاه‌های روستایی کشورمان به واسطه عدم دسترسی یا دسترسی ضعیف به بسیاری از امکانات و خدمات آموزشی، بهداشتی، ارتباطی، اعتباری، حمل و نقل، زیرساختی و ... که ناشی از سوء مدیریت نهادهای متولی توسعه روستایی در کشور است، با چالش‌های متعددی از جمله مهاجرت، نا امنی غذایی، فقر، بیکاری، تخریب محیط زیست، حاشیه‌نشینی و بزهکاری مواجه هستند و روزبه‌روز بر تنوع این چالش‌ها افزوده می‌شود (قادرمرزی و جمینی، ۱۳۹۶، ۳). امروزه با افزایش جمعیت روستاها و فراهم نبودن عوامل تولید، اقتصاد کشاورزی به تنهایی نمی‌تواند پاسخ‌گوی مشکلات متعدد روستاها باشد، از این رو، استراتژی‌های جدیدی برای توسعه روستاها در نظر گرفته شده که از جمله آن‌ها گردشگری است. در عصر حاضر گردشگری و اقتصاد گردشگری، یکی از اصلی‌ترین و مهم‌ترین ارکان اقتصادی- تجاری جهان به‌شمار می‌آید و یکی از پر درآمدترین بخش‌های اقتصادی است که از اجزای مهم این صنعت، گردشگری روستایی است. با توجه به محدودیت زمین و عوامل تولید و افزایش جمعیت در روستاها که بازدهی تولیدی زمین‌های کشاورزی را کاهش داده و اقتصاد نواحی روستایی را ناپایدار ساخته است، لزوم توجه به گردشگری روستایی احساس می‌شود (شمسایی و دیگران، ۱۳۹۴، ۳۵۵).

گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد است، در نتیجه تقاضاهای جدید گردشگران و نیاز به تنوع محصولات و مقصدهای گردشگری، زمینه‌ای برای توسعه کسب و کارها، به‌ویژه فرصت کسب و کارهای کوچک و متوسط و توسعه کارآفرینی فراهم می‌آورد (کاوایانی و دیگران، ۱۳۹۷، ۲۵۴). در بین اقشار مختلف روستایی، زنان به خاطر شرایط اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی، بخشی از نیروهای مؤثر کار و تولید و فعالیت‌های اقتصادی دخیل در اقتصاد خانوار هستند و حتی در برخی موارد، نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی بسیار مهم‌تر و دشوارتر از مردان است. بسیاری از صاحب‌نظران توسعه روستایی بر این باورند که شناخت توانمندی‌ها و مهارت‌های زنان، به‌خصوص زنان روستایی و هدایت استعدادها و خلاق آنان می‌تواند در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر عظیم اجتماعی مؤثر واقع شود (سجاسی قیداری و دیگران، ۱۳۹۶، ۲۴۵). توجه به نقش زنان در توسعه روستایی، دربرگیرنده تلاش برای شناسایی هر چه دقیق‌تر و ارزش‌گذاری فعالیت‌های آنان و رفع مسائل و موانع بر سر راه گسترش فعالیت‌های زنان روستایی در مسیر توسعه روستایی است. پر واضح است منطق توجیه‌کننده این تلاش، ضرورت استفاده از تمامی ظرفیت‌های بالقوه منابع انسانی در جهت امر توسعه پایدار روستایی است (نجفی کانی و دیگران، ۱۳۹۱، ۱). از سوی دیگر، زنان روستایی که نیمی از جمعیت ساکن روستاها را تشکیل می‌دهند، نقش عمده‌ای در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و مدیریتی به عهده دارند. فعالیت‌های تولیدی آنان نقش مؤثری در افزایش درآمد، رفاه و آسایش خانوار روستایی دارند که پیامد آن بهبود وضعیت تغذیه، بهداشت، جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه، افزایش سواد و ارتقاء منزلت اجتماعی خانوار روستایی است (بوذرجمهری، ۱۳۹۳، ۱).

یکی از مهم‌ترین زمینه‌های فعالیت زنان، فعالیت در زمینه گردشگری است. زنان روستایی در زمینه گردشگری فعالیت مستمر، اما ناآشکار دارند. صنعت گردشگری می‌تواند دریچه‌هایی به سوی احیای شخصیت زنان و توانمندسازی آنان در جامعه و دنیای شغلی ایجاد کند. پیامد توسعه گردشگری برای زنان در سکونتگاه‌های روستایی اثراتی مانند: تغییر در الگوهای سنتی تربیت فرزندان، افزایش فرصت‌های شغلی و پایگاه اجتماعی زنان، ایجاد استقلال و خودکفایی، ایجاد فرصت‌هایی برای کسب موقعیت‌ها و ... است. مشارکت زنان نه تنها گامی برای رسیدن به اهداف توسعه گردشگری است، بلکه منجر به توانمندسازی آن‌ها نیز می‌شود.



رسیدن به توسعه‌ای برابر و پایدار در جامعه بدون در نظر داشتن زنان روستایی، امری دست‌نیافتنی است (ياسوری و وطنخواه کلوزی، ۱۳۹۴، ۴۷). در بیشتر نواحی روستایی کشور، زنان به کارهای دستی چون: گلیم‌بافی، حصیربافی، سوزن‌دوزی یا صنایع دستی بومی هر منطقه می‌پردازند که فروش آن‌ها درآمدی چشمگیر برای جامعه میزبان به ارمغان می‌آورد (حاتمی نسب و آرامون، ۱۳۸۸، ۱۱ به نقل از محمدی کنگرانی و دیگران، ۱۳۹۵، ۱۰۹).

شهرستان لنگرود یکی از شهرستان‌های استان گیلان است که به لحاظ دارا بودن جاذبه‌های مختلف گردشگری از جمله: ساحل چمخاله، پارک فجر، منطقه کوهستانی لیلاکوه و... مسافران و گردشگران زیادی را جذب می‌کند. در این بین، یکی از تأثیرگذارترین قشرها در جذب گردشگر و افزایش رونق اقتصادی، آن دسته از زنان روستایی هستند که در امورات مختلف مربوط به گردشگری فعالیت می‌کنند. محدوده مورد مطالعه در این تحقیق، روستای لیلاکوه واقع در دهستان دیوشل در بخش مرکزی از توابع شهرستان لنگرود است. این روستا به لحاظ داشتن طبیعتی زیبا، انواع محصولات کشاورزی و ارائه محصولات محلی و خدمات گوناگون به وسیله زنان، مورد توجه گردشگران بسیاری است. زنان روستای لیلاکوه فعالیت‌هایی مانند: صنایع دستی، تولیدات کشاورزی، دست‌فروشی و خرده‌فروشی، پخت انواع نان‌های محلی، فعالیت‌های مربوط به اقامت مسافران، رستوران محلی و هر فعالیتی را که به نحوی با گردشگران مرتبط باشد، به گردشگران عرضه و موجبات توسعه روستای خود را فراهم می‌کنند.

هدف از انجام این تحقیق، شناسایی و تحلیل کسب‌وکارهایی است که زنان روستایی روستای لیلاکوه به آن مشغول‌اند و این مشاغل با بخش گردشگری در ارتباط است. در این تحقیق سه سؤال اصلی مطرح است: ۱- کسب‌وکار زنان روستای لیلاکوه در بخش گردشگری به چه صورت است؟ ۲- مشکلات و محدودیت‌های کارشان چیست؟ ۳- چه راهکارهایی برای بهبود کسب‌وکار زنان روستایی وجود دارد؟ روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است که از طریق همه‌پرسی، ۱۳۷ نفر از زنان روستای لیلاکوه در زمینه فعالیت در کسب‌وکارهای مربوط به گردشگری شناسایی شدند و پرسش‌نامه بین همه آن‌ها پخش شد و مؤلفه‌های به دست آمده با نرم افزار مورد تجزیه و تحلیل شد.

۲- مبانی نظری

گردشگری عبارت است از مجموع پدیده‌ها و روابط ناشی از تعامل گردشگران، تأمین‌کنندگان کسب‌وکار، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب گردشگران و میزبانی از آن‌ها و دیگر بازدیدکنندگان (دانشپور و نودری، ۱۳۹۳ به نقل از میرواحدی و اسفندیاری، ۱۳۹۵، ۶۴). یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری، گردشگری روستایی است. «گردشگری روستایی شامل هر نوع فعالیت تفریحی و گذران اوقات فراغت است با دریافت خدماتی از قبیل غذا، محل اقامت و محصولات محلی از مردم محلی در مکانی که از نظر قوانین جاری کشور یا از نظر ماهیت اقتصادی و فرهنگی، روستا محسوب می‌شود» (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱، ۲۸ به نقل از ابراهیمی کوهینه و ایزد، ۱۳۹۳، ۳). وجود چالش‌های راهبردی در مناطق روستایی مانند کمبود منابع انسان ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری اندک، فقر، افزایش مهاجرت‌های روستایی و... موجب شد تا اکثر کشورها به کارآفرینی و گردشگری در روستاها توجه خاصی کنند و تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت و توسعه کشورها به شمار آید، زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی می‌شود (رکن‌الدین



افتخاری و دیگران، ۱۳۹۳، ۸۸). گردشگری روستایی از دو جنبه دارای اهمیت است: اول اینکه مزایای اقتصادی و اجتماعی برای نواحی بیرون از شهر ایجاد می‌کند و دوم، عاملی مهم در حفظ و نگهداری طبیعت، فرهنگ و ارزش‌های سنتی است. محیط روستا معرف یک محیط کارآفرینی معین به لحاظ ارضی با شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی است. موقعیت، منابع طبیعی، سرمایه اجتماعی، نظارت روستایی و همچنین تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی، اثرات پویایی بر کارآفرینی در مناطق روستایی می‌گذارند (کاویانی و دیگران، ۱۳۹۷، ۲۵۵). توسعه و شکوفایی گردشگری روستایی باعث ارتقاء شاخص‌های رفاه اجتماعی از منظر بهبود الگوی مصرف خانوارهای روستایی، رضایتمندی شغلی، تقویت مشارکت ساکنان، افزایش فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد خواهد شد (ساربان و دیگران، ۱۳۹۶، ۵). در چارچوب رهیافت سیستمی، ایجاد جوامع کارآفرین و تشویق مردم محلی به فعالیت‌های کارآفرینانه مستلزم شناخت و درک کافی از فرآیند کارآفرینانه است که آن را یک فعالیت با توجه به ویژگی‌های محیط درونی و بیرونی جامعه می‌داند. در نهادینه کردن کارآفرینی گردشگری چندین عامل مؤثرند که شامل: حمل‌ونقل: از جریان‌های ضروری در برنامه‌ریزی و توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، نقش وسایل موتوری برای سفر به داخل روستا و یا اطراف آن است. در این مورد باید از وسایل نقلیه عمومی برای رفاه حال روستاییان و گردشگران که خودرو ندارند، استفاده کرد.

تبلیغات و اطلاع رسانی مطلوب: جهت توسعه گردشگری هر منطقه لازم است از تبلیغات مناسب استفاده کرد تا به تداوم رابطه مطلوب بین گردشگر و مناطق گردشگری مورد نظر کمک کرد.

پدیده شهرگریزی: ساکنان شهرها به دلایل متعدد از جمله فشارهای روحی و روانی و انواع آلودگی‌ها، به اتخاذ تصمیماتی در زمینه گذران اوقات فراغت در مناطق روستایی وادار می‌شوند و برنامه‌ریزی در جهت توسعه گردشگری، به‌ویژه از طریق کارآفرینان از اولویت ویژه‌ای برخوردار است.

توسعه صنایع دستی در جوامع روستایی: صنایع روستایی با آن دسته از صنایعی که برای گردشگران جالب است، یک هم‌پوشانی در اقتصاد روستایی و اوقات فعالیت، به‌ویژه در فصول بیکاری و توقف کشت و زرع ایجاد می‌کند.

فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری: سهم کسب‌وکار کوچک در اشتغالزایی و ایجاد درآمد باید مورد توجه قرار گیرد. بیشترین خدمات توسط واحدهایی که در رده کسب‌وکار کوچک با کمتر از ۳۰ نفر شاغل ارائه می‌شوند. واحدهایی مانند: رستوران‌ها، صنایع دستی، مؤسسه‌های کوچک اقامتی و خدمات توریستی (رکن الدین افتخاری و دیگران، ۱۳۹۳، ۹۳).

رویکردها و رهیافت‌های زیادی برای توسعه و بهبود زندگی روستایی از طریق کارآفرینی مطرح شده است که بر تسری منافع توسعه به فقیرترین افراد روستایی تأکید می‌شود، مانند رویکرد توسعه همه‌جانبه، توسعه یکپارچه و در نهایت توسعه پایدار روستایی. نقطه مشترک این رویکردها، غفلت در توجه به وضعیت‌های درون روستایی، به‌ویژه جایگاه زنان در محیط‌های روستایی بود، بنابراین گروه‌هایی از جامعه روستایی، به‌ویژه زنان، از دایره شمول برنامه‌های مرتبط با این رویکردها خارج ماندند (نجفی کانی و دیگران، ۱۳۹۱، ۳).

۳- روش تحقیق

در این تحقیق از روش‌های توصیفی - تحلیلی و پیمایشی بهره گرفته شد. در واقع دو روش کیفی و کمی به کار برده شد که در روش کیفی، اطلاعات مورد نیاز به صورت اسنادی به دست آمد و در روش کمی با استفاده از پرسش‌نامه، داده‌های لازم جمع‌آوری شد. جامعه آماری ۱۳۷ نفر از زنان روستای لیلاکوه است که با راهنمایی یکی از اعضای شورای روستا و از طریق همه‌پرسی، تمام زنانی که جزء گروه هدف بودند، پرسش‌نامه بین آن‌ها پخش شد و مورد پرسش قرار گرفتند. همچنین از طریق مصاحبه با تعدادی از زنان شاغل، فعالیت و مشکلات آن‌ها مورد شناسایی قرار گرفت.

۴- محدوده مورد مطالعه

روستای لیلاکوه از توابع شهرستان لنگرود در بخش مرکزی و در دهستان دیوشل واقع است. لیلاکوه از جاذبه‌های گردشگری لنگرود و خاستگاه دوستان طبیعت است که هر ساله تعداد زیادی از گردشگران را به طرف خود سوق می‌دهد. بنا بر سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، تعداد خانوار روستای مذکور ۵۶۴ خانوار و جمعیت آن برابر با ۱۸۸۵ نفر بوده که ۸۶۳ نفر مرد و ۱۰۲۲ نفر زن هستند. از این تعداد جمعیت، ۱۰۷۰ نفر جمعیت غیر فعال و ۱۷۰۷ نفر جزء جمعیت فعال هستند. تعداد شاغلان روستا ۵۹۸ نفر هستند که از این تعداد، ۴۸۳ نفر مرد و ۱۱۵ نفر زن هستند. تعداد بیکاران ۳۹ نفر ذکر شده است که ۱۹ نفر زن و ۲۰ نفر مرد هستند. شغل اکثر مردم روستا کشاورزی است و محصولات کشاورزی آنان چای، کرم ابریشم، مرکبات، تولیدات دامی و گیاهی است. اکثر مردم روستا تولیدات کشاورزی و محصولات خود را علاوه بر عمده‌فروشی، به صورت خرده‌فروشی در کنار خیابان یا در مغازه و غرفه عرضه می‌کنند. تنوع، کیفیت خوب، محلی بودن محصولات و مناسب بودن قیمت شان موجب جذب گردشگران و در نتیجه فروش بهتر محصولات و افزایش درآمدشان می‌شود.

۵- یافته‌ها

۱-۵- ویژگی‌های فردی

روستای لیلاکوه ۵۳۷ خانوار دارد که از طریق همه‌پرسی و با راهنمایی یکی از اعضای شورا، مشخص شد که زنان ۱۳۷ خانوار دارای اشتغال مرتبط با گردشگری هستند. سنین مختلفی از ۱۷ تا ۷۰ سال در فعالیت‌های گوناگون دخالت دارند، اما میانگین سنی آن‌ها ۴۱ سال بوده که نشان‌دهنده میان‌سال بودن اکثر زنان شاغل روستاست. از تعداد ۱۳۷ خانم فعال در کسب‌وکار، ۱۱۵ متأهل و ۲۲ نفر مجرد بوده‌اند. بیشتر این زنان نه کاملاً بی‌سواد هستند و در مقاطع بالا تحصیل نکرده‌اند. مقطع تحصیلی راهنمایی با ۵۰ نفر بیشترین سهم را داشته است، همچنین میانگین اقامت در روستا ۲۹ بوده که مدت اقامت زیاد در روستا را نشان می‌دهد. میانگین سابقه کارشان نیز ۱۳ سال است و اکثر آن‌ها بر کارشان تسلط دارند.

۲-۵- انگیزه

جنسیت	میانگین سنی	تاهل	تحصیلات (اکثریت)	میانگین سابقه کار (سال)	میانگین مدت اقامت در روستا
زن	۴۱	۱۱۵ نفر متاهل	راهنمایی	۱۳	۲۹

زنان روستا برای انجام فعالیت‌های مختلف، انگیزه‌های اقتصادی و اجتماعی متفاوتی دارند. انگیزه‌هایی مانند کسب درآمد، استقلال طلبی، ایجاد سرگرمی، استفاده از منابع در دسترس و... که هر کدام به‌طور جداگانه یا ترکیبی از چند مورد، می‌توانند در شکل‌گیری یک فعالیت مؤثر واقع شوند. بر اساس جدول ۲، انگیزه اقتصادی و کسب درآمد بیشترین درصد را داشته است. ۹۵ نفر، یعنی حدود ۷۰ درصد از آن‌ها انگیزه درآمد را خیلی زیاد در ایجاد فعالیت خود مؤثر دانسته‌اند. ۶۷ نفر، یعنی حدود ۵۰ درصد استقلال‌طلبی مالی را تا حد زیاد انگیزه کسب و کارشان ذکر کرده‌اند. انگیزه اجتماعی در بین آن‌ها در حد کمتری تأثیرگذار بوده است. بیشترین درصد در سرگرمی با ۴۰ درصد از انگیزه شاغلان به حد کم مربوط می‌شود. استفاده از منابع در دسترس نیز بیشترین سهم را با ۳۶ نفر به عبارتی ۲۶ درصد از انگیزه را در حد کم داشته، یعنی در فعالیت زنان روستا تأثیر مهمی نداشته است. نامطمئن بودن از درآمد کشاورزی یکی از انگیزه‌هایی است که ۳۲ درصد آن را خیلی زیاد و ۳۱٪ آن را تا حد زیاد در راه‌اندازی فعالیتشان مؤثر دانسته‌اند، همچنین ۴۰٪ یعنی ۵۴ نفر از زنان ذکر کرده‌اند که برای پس‌انداز دوران بازنشستگی فعالیت می‌کنند و تا حد زیاد، پس‌انداز در کسب و کارشان دارای اهمیت بوده است.

جدول شماره ۲- انگیزه

ردیف	موارد	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم	
		درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد
۱	انگیزه اقتصادی و کسب درآمد	۹۵	۷۰	۴۲	۳۰	-	-	-	-	-	-
۲	استقلال‌طلبی مالی	۴۸	۳۵	۶۷	۵۰	۱۱	۸	۱۱	۸	-	-
۳	ایجاد سرگرمی	۱۹	۱۴	۲۳	۱۶	۲۴	۱۷	۵۵	۴۰	۱۶	۱۲
۴	استفاده از منابع در دسترس	۲۶	۱۹	۲۴	۱۷	۲۲	۱۶	۳۶	۲۶	۲۹	۲۱
۵	نامطمئن بودن درآمد کشاورزی	۴۴	۳۲	۴۳	۳۱	۱۶	۱۲	۲۰	۱۴	۱۴	۱۰

۶	پس انداز نشستگی	دوران باز	۲۹	۲۱	۵۴	۳۹	۲۳	۱۷	۱۹	۱۳	۱۲	۸
---	--------------------	-----------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

۳-۵- فعالیت

با تحقیقات میدانی به عمل آمده، مشخص شد که زنان روستای لیلاکوه در ۶ حوزه فعالیت می کنند که عبارت اند از: صنایع دستی، خرده فروشی، نان محلی، محصولات کشاورزی، تولیدات دامی و تأمین محل اقامت مسافران. در هر کدام از این موارد، زنان فعالیت دارند که بعضی از آن ها در انجام یک فعالیت و برخی دیگر در چند حوزه مشغول به کار هستند. طبق جدول ۳، عمده ترین فعالیتی که زنان در روستای مذکور انجام می دهند، تولید و فروش محصولات کشاورزی است که تعداد ۶۶ نفر یعنی ۴۸٪ به آن مشغول اند. این روستا زمین های حاصلخیز و آب کافی برای کشاورزی دارد و این امر موجب می شود زنان روستا از این فرصت برای کسب درآمد و بهبود سطح زندگی شان استفاده کنند. از جمله محصولات کشاورزی آن ها: چای، انواع: سبزی و میوه، به خصوص مرکبات است. محلی و ارزان بودن این محصولات باعث جذب گردشگران می شود.

دومین فعالیتی که در اولویت قرار دارد، صنایع دستی است که ۳۶ نفر (۲۶٪) در آن مشغول اند. این فعالیت در زمینه هایی مانند: حصیربافی، گلیم بافی، قالی بافی و کامو بافی از جمله شال و کلاه صورت می گیرد. سومین اولویت در فعالیت، تولید نان محلی است که ۳۰ نفر (۲۱٪) این فعالیت را انجام می دهند و عمدتاً همراه با تخم مرغ محلی در کنار خیابان یا در غرفه به گردشگران عرضه می شود. تولید محصولات دامی از جمله: شیر و ماست (۱۷٪)، خرده فروشی (۱۰٪) و تأمین محل اقامت مسافران (۸٪)، به ترتیب در اولویت های بعدی فعالیت قرار دارند، بنابراین بیشترین فعالیت آن ها در تولید محصولات کشاورزی با ۴۸٪ و کمترین آن، تأمین محل اقامت و اجاره خانه به مسافران با ۸٪ است.

جدول شماره ۳- فعالیت

ردیف	فعالیت	بله	خیر
۱	صنایع دستی	۲۶٪	۷۴٪
۲	نان محلی	۲۱٪	۷۹٪
۳	تأمین محل اقامت مسافران	۸٪	۹۲٪
۴	تولیدات کشاورزی	۴۸٪	۵۲٪
۵	تولیدات دامی	۱۷٪	۸۳٪

ویژگی های

حیطه کاری
ویژگی ها و

۴-۵-

حرفه ای

هر فردی در
خود، برخی

مهارت های شغلی و حرفه ای دارد که موفقیت در فعالیتش به این موارد بستگی دارد. مواردی مانند: مهارت، تبلیغات، توانایی

جذب مشتری، استفاده از	۶	خرده‌فروشی	۱۰٪	۹۰٪	میزان فروش و تسهیلات مالی
--------------------------	---	------------	-----	-----	------------------------------

ارگان‌های ذی‌ربط. بر اساس جدول ۴، زنان روستا تا حد زیاد در تولیدات و ارائه خدمات، مهارت داشتند، یعنی اکثر آن‌ها در حدود ۴۰٪ مهارتشان را زیاد می‌دانستند. از نظر توانایی جذب مشتری، ۳۹٪ از آن‌ها این ویژگی را در خود در حد متوسط ذکر کرده‌اند، یعنی توانایی‌شان برای جذب مشتری آن‌قدر زیاد نیست که حداقل خود به آن راضی باشند. اکثریت این زنان یعنی ۳۰٪، میزان فروش محصولاتشان را متوسط دانسته‌اند. بیشتر فروش به صورت فصلی انجام می‌شود که موجب کاهش سطح فروش محصولات شده است. تبلیغات یکی از مواردی است که زنان روستا توجه کافی به آن نداشته‌اند و اکثر آن‌ها (۲۸٪) گفته‌اند که تبلیغات محصولات و فعالیتشان را در حد خیلی کم انجام می‌دهند و از انجام اموری مانند پخش کارت‌های تبلیغاتی و ایجاد کانال‌های اینترنتی برای معرفی محصولات و خدمات خود، صرف‌نظر می‌کنند. حدود ۴۲٪ از زنان روستا، استفاده از تسهیلات مالی ارگان‌های مربوطه را در حد خیلی کم ذکر کرده و سخت بودن شرایط لازم برای اخذ آن را دلیل نگرفتن این تسهیلات گفته‌اند. تأثیر مثبت گردشگری بر بهبود سطح اشتغال یکی دیگر از مواردی است که از آن‌ها نظرخواهی شده و حدود ۴۳٪ زنان، تأثیر آن را خیلی زیاد ذکر کرده‌اند، همچنین در مورد میزان رضایت از درآمد، اکثر آن‌ها یعنی حدود ۲۷٪ رضایتشان را زیاد می‌دانند، چون تقریباً به اندازه کاری که انجام می‌دهند، درآمد کسب می‌کنند.

جدول شماره ۴- ویژگی‌های حرفه ای

ردیف	موارد	خیلی زیاد		متوسط		کم		خیلی کم			
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد		
۱	مهارت در تولید محصولات	۳۱	۲۲	۵۸	۴۲	۳۰	۲۲	۱۳	۹	۵	۳
۲	توانایی جذب مشتری	۱۸	۱۳	۲۸	۲۰	۵۴	۳۹	۲۵	۱۸	۱۲	۸
۳	میزان فروش محصولات	۱۹	۱۴	۳۵	۲۵	۴۲	۳۱	۲۶	۱۹	۱۵	۱۱
۴	تبلیغات مانند پخش کارت محصولات	۱۷	۱۲	۲۰	۱۴	۲۷	۲۰	۳۴	۲۵	۳۹	۲۸
۵	استفاده از تسهیلات مالی ارگان	۹	۶	۲۰	۱۴	۲۱	۱۵	۳۰	۲۲	۵۷	۴۱
۶	اثر مثبت گردشگری بر اشتغال	۶۰	۴۴	۳۸	۲۸	۲۱	۱۵	۱۱	۸	۷	۵
۷	رضایت از درآمد	۳۰	۲۲	۳۷	۲۷	۳۰	۲۲	۲۴	۱۷	۱۶	۱۲

۵-۵- مشکلات و محدودیت‌ها

محدودیت‌های هر فعالیت، آن دسته از عواملی هستند که میزان موفقیت در کسب‌وکار را کاهش داده و باعث می‌شوند که شاغلان نتوانند فعالیتشان را توسعه دهند. بر اساس مصاحبه‌ای که با زنان شاغل جامعه هدف صورت گرفته، مشخص شد که ۹ مشکل محدودیت در کسب‌وکارشان وجود دارد. طبق جدول شماره ۵، یکی از مشکلات کمبود یا گرانی مواد اولیه است. اکثر زنان در حدود ۲۸٪، این محدودیت را در حد متوسط دانسته و مانع زیادی بر سر راه توسعه فعالیتشان عنوان نکرده‌اند. وجود نداشتن بازار فروش کافی و فصلی بودن آن به‌علت تغییر آب‌وهوا و گذرا بودن فروش زیاد در مواقع تعطیلات، یکی دیگر از مواردی است که ۴۱ نفر یعنی ۳۰٪ این مشکل را تا حد خیلی زیاد دانسته‌اند. ۳۶٪ از زنان روستا در حد خیلی زیادی ایفای نقش چندگانه را هم به‌عنوان شاغل و هم به‌عنوان مادر و همسر، مشکل کسب‌وکارشان ذکر کردند.

موانع خانوادگی مانند حساسیت همسر یا فرزندان نسبت به کار در بین زنان روستا، بیشتر در حد متوسط (۳۰٪) قرار دارد، زیرا اگر این مانع زیاد بود، آن‌ها نمی‌توانستند فعالیتی در خارج از منزل داشته باشند. یکی از مشکلاتی که خیلی در کسب‌وکار این زنان مطرح است، نداشتن مکان مناسب برای فروش محصولاتشان است. مکانی که در روزهای آفتابی، سایبان و در روزهای بارانی جایگاه خشک و امنی برای آن‌ها باشد تا با خیال راحت بتوانند فعالیتشان را انجام دهند. همان‌طور که در جدول زیر هم مشاهده می‌شود، اصلی‌ترین مشکل آن‌ها در حد خیلی زیاد با ۴۰٪ متعلق به همین مشکل، یعنی نداشتن مکان مناسب برای فروش است. وجود سرمایه کافی یکی از مواردی است که برای شروع یا ادامه یک کسب‌وکار دارای اهمیت فراوانی است، به‌طوری‌که نبود آن مانع ایجاد یا ادامه فعالیت می‌شود. بیشتر زنان روستا فقدان وجود سرمایه کافی را با ۳۸٪ از نظرات خود تا حد زیادی تأیید کردند و سرمایه خود را در حد زیادی کم دانسته‌اند. ۴۳٪ از زنان بیان کردند که تا حد زیادی حمایت مالی از طرف ارگان‌های ذی‌ربط وجود ندارد و بین مواردی که در حد زیاد بیان شدند، عدم حمایت مالی ارگان‌ها بیشترین درصد را در این بین داشتند. زنان روستا مشکل سختی رفت‌وآمد تا محل کسب خود را تا ۳۷٪ در حد زیاد بیان کردند، این مشکل در قسمت بالادست روستا، یعنی مناطقی که به‌صورت کوهستانی هستند، خیلی بیشتر است. همچنین ۲۸٪ از زنان یکی از مهم‌ترین مشکلات خود را که خیلی زیاد است، کم شدن محصولات ذکر کرده‌اند. این اتفاق می‌تواند به‌علت بیماری دام‌ها یا ایجاد آفت در محصولات کشاورزی رخ دهد.

جدول شماره ۵- مشکلات و محدودیت‌ها

ردی ف	موارد	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱	کمبود و گرانی مواد اولیه	۳۲	۲۳	۲۷	۲۰	۳۸	۲۸	۲۰	۱۴	۲۰	۱۴
۲	نداشتن بازار فروش	۴۱	۳۰	۲۹	۲۱	۲۲	۱۶	۲۶	۱۹	۱۹	۱۳
۳	سخت بودن ایفای نقش چندگانه	۴۹	۳۶	۴۱	۳۰	۲۵	۱۸	۱۸	۱۳	۴	۲

۲۰	۲۷	۲۳	۳۲	۳۰	۴۱	۱۷	۲۳	۱۰	۱۴	وجود موانع خانوادگی	۴
۹	۱۳	۱۵	۲۱	۸	۱۱	۲۶	۳۶	۴۰	۵۶	نبود مکان مناسب فروش	۵
۷	۱۰	۱۵	۲۱	۲۳	۳۱	۳۸	۵۳	۱۶	۲۲	فقدان سرمایه کافی	۶
۴	۶	۸	۱۱	۱۵	۲۱	۴۳	۵۹	۲۹	۴۰	عدم حمایت مالی ارگانها	۷
۷	۱۰	۱۵	۲۱	۲۸	۳۹	۳۷	۵۱	۱۲	۱۶	سختی رفت و آمد تا محل فروش	۸
۱۰	۱۴	۱۷	۲۳	۱۸	۲۵	۲۷	۳۷	۲۸	۳۸	کم شدن تولیدات به دلیل بیماری یا آفت	۹

۶- راهکارهای بهبود کسب و کار زنان روستایی

- آموزش به خانواده‌ها برای تغییر ادبیات گفتار آن‌ها درباره دختران و توانایی‌های آن‌ها؛
- فراهم کردن تجهیزات لازم برای پیشرفت در کار به صورت گروهی؛
- برقراری پوشش بیمه برای شاغلان؛
- برگزاری نمایشگاه‌های محلی برای فروش محصولات؛
- حمایت‌های دولت در بازاررسانی برای تولیدات آن‌ها؛
- بهبود ارتباط میان کارآفرینان و نهادهای مسئول؛
- تشکیل صندوق مشارکت زنان روستایی؛
- رفع موانع در صدور مجوزهای مورد نیاز؛
- تأمین منابع مالی مورد نیاز، ایجاد سیاست‌های پولی و مالی برای تأمین نیازهای مالی و اعتباری از طریق افزایش سقف تسهیلات به متقاضیان و تأمین سرمایه با سود کم.

۷- نتیجه‌گیری

استفاده از ظرفیت‌ها و نیروهای بالقوه در هر جامعه‌ای می‌تواند باعث افزایش سطح توسعه شود. زنان روستا همان نیروهای بالقوه روستاها هستند که بیشتر در کشورهای در حال توسعه مورد غفلت جامعه قرار گرفتند. در کشورهای در حال توسعه شرایط فرهنگی و اجتماعی حاکم، مانع بروز توانایی‌های زنان روستایی می‌شود. با توجه به افزایش بیکاری در جامعه و توجه به این مهم که انسان محور هر توسعه‌ای است، بنابراین با توانمندسازی او می‌توان تغییرات اجتماعی قابل توجهی در راستای افزایش سطح

توسعه جامعه و بالاخص روستاها ایجاد کرد. در روستاهایی که پتانسیل های گردشگری مناسبی وجود دارد، می توان از توانایی های زنان برای ایجاد کسب و کار در راستای ایجاد اشتغال، کاهش بیکاری، بهره گیری از استعداد های زنان، بهبود اقتصاد خانوارها و افزایش توسعه روستا، استفاده کرد.

هدف از تحقیق حاضر، شناسایی و تحلیل کسب و کار زنان در روستای لیلاکوه است. این تحقیق، با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و پیمایشی و توزیع پرسش نامه از طریق همه پرسی بین تمام زنانی که در کسب و کارهای مرتبط با گردشگری نقش داشتند و تحلیل داده ها، انجام شد. طبق یافته های به دست آمده، زنان لیلاکوه در ۶ حوزه شغلی، به عبارتی صنایع دستی، تولیدات کشاورزی، تولید نان محلی، تولیدات دامی، تأمین محل اقامت و خرده فروشی فعالیت داشتند. در این بین فعالیت غالب، تولیدات کشاورزی است که ۴۸٪ از زنان روستا یعنی ۶۶ نفر به انجام آن مشغول هستند. در واقع ۴۸٪ از زنان روستا درآمد اصلی خود را از راه فروش تولیدات کشاورزی دانستند. در رتبه دوم فعالیت، ۲۶٪ از زنان صنایع دستی تولید می کنند و کمترین فعالیت در بین آنها، تأمین محل اقامت مسافران با ۸٪ از شاغلان است. انگیزه اقتصادی و کسب درآمد مهم ترین انگیزه زنان روستا بوده به طوری که ۹۵٪ از آنان، کسب درآمد را تا حد خیلی زیاد در انجام فعالیتشان مؤثر می دانند. انگیزه اجتماعی مانند سرگرمی در حد کمی قرار دارد. در باره تأثیر مثبت گردشگری بر ایجاد اشتغال شده، ۴۳٪ از زنان در حد خیلی زیاد آن را تأیید کردند، همچنین مهم ترین مشکل از نظر آنان، نداشتن مکان مناسبی برای فروش تولیدات است که ۵۶ نفر یعنی ۴۰٪ اصلی ترین مشکل خود را همین مورد می دانند.

۸- مراجع

- ابراهیمی کوهبنه، محمدصادق، ایزد، اسماعیل، (۱۳۹۳)، تحلیل پیامدهای توسعه گردشگری بر توسعه مناطق روستایی، مطالعه موردی: دهستان کسلیان استان مازندران، مجله پژوهش های روستایی، دوره ۱، شماره ۱، بهار.
- حیدری ساربان، وکیل، یاری حصار، ارسطو، صائب، شراره، (۱۳۹۶)، «بررسی اثرات گردشگری بر ارتقاء شاخص های رفاه اجتماعی، مطالعه موردی: روستای اونار و کوجنق شهرستان مشکین شهر»، فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، دوره ۱۶، شماره ۶۳.
- خلیلوند، کلثوم، فتاحی، محمد، مردانی، آسیه، وقوفی یکتا، زهرا، (۱۳۹۳)، توسعه گردشگری روستایی (رویکردها و نظریه ها)، اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز در ایران، اردیبهشت.
- رضایی، آذرمیدخت، زرافشانی، کیومرث، شیری، نعمت الله، خوش مرام، مژگان، (۱۳۹۵)، شناسایی موانع توسعه کارافرینی گردشگری، مطالعه موردی: شهرستان مرودشت، نشریه کارافرینی در کشاورزی، جلد سوم، شماره سوم، پاییز.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، پور طاهری، مهدی، فضلی، نفیسه، (۱۳۹۳)، تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارافرینی گردشگری روستایی، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، بهار.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل، (۱۳۸۱)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوبهای نظریه ای، علمی- پژوهشی وزارت علوم، دوره ۶، شماره ۲، تابستان).
- سجاسی قیداری، حمدالله، محمودی، حمیده، جعفری، فهیمه، (۱۳۹۶)، تحلیل مهارت های کارافرینی زنان در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی شهرستان فریمان، فصلنامه پژوهش های روستایی، شماره ۲، دوره ۸، تابستان.

- صادقلو، طاهره، حیدری ساریان، وکیل، قلی زاده، سلیمه، (۱۳۹۶)، ارزیابی ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی، جغرافیا و توسعه، شماره ۴۹، زمستان.
- قادر مرزی، حامد، جمینی، داود، (۱۳۹۶)، شناسایی تعیین‌کننده‌های توسعه کارآفرینی در سکونتگاه‌های روستایی، اولین همایش بین‌المللی برنامه‌ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای، رویکردها و کاربردها، ۱۳ و ۱۴ اردیبهشت.
- کاوایانی، ابوطالب، رحمانی، بیژن، رضویان، محمدتقی، علی پور نخی، عباس، (۱۳۹۷)، ارزیابی نقش و تاثیر توسعه فضای کسب‌وکار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی، مطالعه موردی: دهستان استراباد جنوبی در شهرستان گرگان، فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال دهم، شماره دوم، بهار.
- محمدی کنگرانی، حنانه، رفیعی شاهره، فاطمه، میرزاده کوهشاهی، مهدی، محرر، معصومه، (۱۳۹۵)، تحلیل شبکه روابط میان زنان شاغل در بخش گردشگری و غیر گردشگری در راستای توسعه گردشگری در جزیره هرمز، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال چهارم، شماره هفتم، بهار و تابستان.
- میرواحدی، سید سعید، اسفندیاری بیات، الهام، (۱۳۹۵)، بررسی پتانسیل کارآفرینی گردشگری فرهنگی در جامعه عشایر قشقایی ایران، فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، سال پنجم، شماره ۹، زمستان.
- نجفی کانی، علی اکبر، مهدوی، شهرام، سوری، فرشاد، (۱۳۹۱)، ارزیابی و تحلیل نقش گردشگری روستایی در توسعه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان)، همایش ملی توسعه روستایی، دوره ۱.
- یاسوری، مجید، وطنخواه کلورزی، ژیلدا، (۱۳۹۴)، نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال پنجم، شماره بیستم، تابستان.