

مشکلات و موانع توسعه کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری مطالعه موردی (شهرستان تالش) ۲

مجید یاسوری^۱، محسن حسنی طالش^۲

گروه جغرافیا، دانشگاه گیلان *Email: yasoori@um.ac.ir*

گروه جغرافیا، دانشگاه گیلان *Email: mohsen.hasani ۲۷۷۴@gmail.com*

چکیده

با وجودی که زنان نیمی از جامعه ما را تشکیل می دهند، اما سهم آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی کشور تنها ۱۶ درصد است. این امر بیانگر آن است که زنان در مسیر ایجاد اشتغال با موانع و مشکلات زیادی مواجه هستند. این موانع در سیستم اشتغال زنان، به خصوص زنان روستایی که ۲۸ درصد از زنان کشور را شامل می شوند، اخلال ایجاد می کند؛ لذا شناسایی این موانع و مشکلات به منظور رفع آن‌ها در برنامه‌های توسعه کسب و کار زنان روستایی کشور، اولویت فراوانی دارد. هدف از این پژوهش، بررسی موانع و مشکلات توسعه کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری شهرستان تالش است. روش انجام تحقیق، توصیفی پیمایشی است و به منظور جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است و جامعه آماری شامل ۶۵ نفر از زنان شاغل روستایی در کسب و کارهای گردشگری است که از طریق مصاحبه به بررسی موانع و مشکلات آن‌ها پرداخته شده است. نتایج حاصل از تحقیقات میدانی نشان می‌دهد که موانع فرهنگی - اجتماعی مهم‌ترین مانع توسعه کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری شهرستان تالش ارزیابی شده است. سایر موانع به ترتیب شامل: موانع نهادی - قانونی، اقتصادی، خانوادگی، و موانع فردی - شخصیتی عنوان شده است.

کلیدواژه‌ها: مشکلات و موانع کسب و کار، زنان روستایی، کارآفرینی، گردشگری، شهرستان تالش.

۱- عضو هیئت علمی گروه جغرافیا، دانشگاه گیلان، رشت.

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گیلان، رشت.



۱- مقدمه

یکی از معیارهای مهم برای سنجش میزان رشد و پیشرفت کشورها، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان جامعه در زمینه‌های مختلف: علمی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... دارا هستند (نوبخت و نیکونام، ۱۳۹۱). در جامعه امروز، زنان نقش مهم و درحال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند. در سال‌های اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به اندازه کارهای دولتی روند رو به رشدی را طی کرده است. با این وجود، زنان با موانع خاصی در کسب و کار مواجه می‌شوند که به تدریج باید به آن‌ها غلبه کنند. از اوایل قرن حاضر جهان با یک پدیده اجتماعی - اقتصادی به نام مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خارج از خانه روبه‌رو شده است. وضعیت اشتغال زنان در ایران مشابه با کشورهای درحال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست. همواره زنان فرصت‌های شغلی کمتری دارند و اغلب در بخش غیررسمی با اندک دستمزد مشغول به کارند. نرخ بیکاری زنان تحصیل کرده به خصوص در سال‌های اخیر مرتباً رو به افزایش است، لذا تلاش جهت بهبود وضعیت فعلی و رهایی از مشکلات و موانع مسئولیتی جمعی است (بردبار، عسگری پورگلوریک و عباسپور، ۱۳۹۴). شاید بهترین راهکاری که می‌توان برای بهبود وضعیت اشتغال زنان ارائه کرد، مقوله‌ای به نام کارآفرینی باشد. کارآفرینی زنان عبارت است از یک زن یا گروهی از زنان که اقدام به راه‌اندازی و اداره یک مؤسسه کسب و کار می‌کنند.

زنان کارآفرین کسانی هستند که ایده‌های تجاری را ایجاد، بهترین فرصت‌ها را انتخاب، منابع را جابه‌جا و عوامل تولید را ترکیب می‌کنند. آن‌ها مسئولیت ریسک‌های و فعالیت مؤسسه را برای حالتی اثربخش‌تر با دیدگاه کسب سود به عهده می‌گیرند (موهانتی ۲۰۰۶: ۱۳۹ به نقل از بردبار، عسگری پورگلوریک و عباسپور، ۱۳۹۴). یکی از مهم‌ترین معیارها جهت سنجش درجه توسعه‌یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارا هستند. مشارکت نکردن زنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند مشکلی بر سر راه توسعه کشور تلقی شود. ضرورت کارآفرینی زنان را باید با افزایش و گسترش فرصت‌های شغلی بر مبنای خلاقیت که بار فرهنگی - ارزشی آن کنترل‌پذیر است، پاسخ مثبت داد و از آنجا که زنان دارای طبع لطیف و مادرانه‌ای هستند، باید شغلی را انتخاب کنند که برای آن از هر حیث آمادگی داشته باشند (دیور، ۲۰۰۸ به نقل از فدوی ابرقویی، زهرا و پیرو، معصومه، ۱۳۹۷). تحولات کنونی در عرصه‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی روستاهای ایران، علی‌رغم پیامدهای مثبتی که جهت بهبود شرایط زیست در روستاها داشته، سبب شده تا از نقش فعال زنان در عرصه تولید کاسته شود (خانی، ۱۳۸۵).

رشد و گسترش گردشگری از جمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است که با سرعت در قرن جدید ادامه دارد. نواحی روستایی، شهری و کوهستانی از مهم‌ترین عرصه‌هایی هستند که بسیار مورد توجه گردشگران و کارشناسان گردشگری واقع شده‌اند. گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. در کشور ما نیز از مدتها پیش این مهم، مورد توجه قرار گرفته است. در مقابل نیز دیدگاه‌هایی دال بر وجود موانع توسعه گردشگری به لحاظ شرایط فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشور وجود دارد (افچه ۱۳۸۲: ۱۵۸). زنان به‌عنوان عامل مؤثر در امور مختلف اقتصادی، اجتماعی و کشاورزی از نظر مشارکت نیروی انسانی مورد نیاز در جامعه، سهم بسزایی دارند. شاریلی معتقد است که توسعه گردشگری، افزایش نقش زنان در جوامع سنتی و دورافتاده را موجب می‌شود (مهروی ۱۳۸۱: ۷۷). باتلر نیز بر این باور است که توسعه گردشگری به افزایش فرصت‌های شغلی زنان، ارتقاء پایگاه اجتماعی، ایجاد اشتغال و خودکفایی، ایجاد فرصت‌های دستیابی به

موقعیت و جایگاه مدیریت و رهبری و افزایش فرصت‌های آن‌ها برای فعالیت و موقعیت‌های جانبی می‌انجامد (مهدوی ۱۳۸۱: ۷۷).

گردشگری فرصت‌های زیادی برای ایجاد درآمد و استقلال اقتصادی زنان فراهم می‌کند و به بهبود اقتصادی و اجتماعی زنان کمک می‌کند. زنان به‌طور معمول مشاغل گردشگری را در کنار وظایف سنتی خانگی خود به‌عنوان مثال: ارائه اتاق و محل اقامت، مرتب و تمیز کردن محل اقامت گردشگران و تولید صنایع دستی انجام می‌دهند (ایمنی قشلاق و همکاران، ۱۳۹۱). وضعیت کارآفرینی زنان در کشور، نشان‌دهنده این مطلب است که علی‌رغم اینکه نیمی از آحاد جامعه (۴۹/۲) را زنان تشکیل داده‌اند، سهم آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی کشور تنها ۱۶/۵ درصد بوده است. این امر بیانگر این است که زنان در مسیر کارآفرینی با تهدیدها و موانع زیادی مواجه هستند. موانع روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و سیاست‌گذاری در سیستم اشتغال زنان، به‌خصوص زنان روستایی که ۱۳/۹ درصد از جمعیت کل کشور را شامل می‌شوند، اختلال ایجاد می‌کند، لذا شناسایی این موانع به‌منظور رفع آن‌ها در به‌کارگیری این قشر از جامعه در برنامه‌های توسعه کشور در درجه اول اهمیت قرار دارد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۹).

شهرستان تالش نیز همانند سایر شهرستان‌های کشور ایران، قابلیت‌های فراوانی برای توسعه کسب‌وکار زنان روستایی در بخش گردشگری دارد. اساس زندگی اقتصادی مردم شهرستان تالش بر پایه کشاورزی است؛ اما در کنار کشاورزی، دامداری، زنبورداری، پرورش ماهی، صنایع دستی و باغداری نیز رواج دارد. تولیدات کشاورزی این شهرستان شامل: برنج، کیوی، گلابی، تولید ماهیان خاویاری، تولید تنباکو، لیموترش، ازگیل، عسل، گردو، فندق، ترب، لوبیا، کدو، سیب‌زمینی، حبوبات، پیاز، هندوانه و ... است. کار در مزارع تنها اختصاص به مرد یا زن ندارد، بلکه هر دو گروه در کاشت، داشت و برداشت شرکت می‌کنند. در سال‌های اخیر به‌دلیل کمبود زمین زراعتی و جمعیت زیاد روستاهای شهرستان تالش، مردان آن برای تأمین اقتصاد خانواده به شهرهایی چون تهران مهاجرت کردند. در غیاب مردان خانواده، زنان این روستا می‌توانند با انجام فعالیت‌های کارآفرینی به اقتصاد خانواده کمک کنند. وجود برخی موانع و مشکلات، توسعه کارآفرینی زنان این روستاها را با مشکلات جدی مواجه کرده است. واضح است که با ادامه روند کنونی و نبود برنامه‌ریزی و اعمال مدیریت مناسب برای حل موانع و مشکلات موجود، در چند سال آتی، از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های کارآفرینانه زنان این روستا به‌شدت کاسته می‌شود و با مهاجرت بی‌رویه، چیزی از این روستا باقی نمی‌ماند. به‌نظر می‌رسد اولین گام در این زمینه، مطالعه و شناخت موانع توسعه کسب‌وکار زنان در روستاهای شهرستان تالش است، بنابراین این پژوهش درصدد است تا موانع و مشکلات کسب‌وکارهای زنان روستایی در بخش گردشگری شهرستان تالش را شناسایی و تجزیه و تحلیل کند و راهکارهایی را به‌منظور توسعه کسب‌وکار زنان روستایی در این بخش ارائه دهد. سؤالات محوری تحقیق عبارت‌اند از:

- ۱- شناخت ویژگی‌ها و انگیزه‌های زنان کارآفرین روستایی؛
- ۲- زمینه‌های فعالیت زنان در کسب‌وکارهای گردشگری؛
- ۳- مشکلات و موانع کسب‌وکار زنان روستایی در شهرستان تالش؛
- ۴- راهکارهای لازم برای توسعه کسب‌وکار زنان روستایی.



۲- پیشینه تحقیق

جدول ۱. پیشینه تحقیق مربوط به کارآفرینی زنان روستایی

مؤلف و سال	عنوان	نتیجه پژوهش
میرغفوری و همکاران ۱۳۸۸	تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان	موانع کارآفرینی زنان به شش بُعد تقسیم شده که شامل: ۱- بعد خانودگی؛ ۲- بعد علمی - تحصیلی، ۳- بعد شخصیتی، ۴- بعد مالی، ۵- بعد فرهنگی، اجتماعی، ۶- بعد قانونی.
فلاح جلودار ۱۳۸۱	عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور	مشکلات زنان کارآفرین را مشکلات مالی، مشکلات فرهنگی، وابستگی بیش از حد به واسطه‌گری، ترس از کمبود و نبود مواد مصرفی، رقابت شدید، گرانی قیمت محصولات، تحرک کم و قیود خانوادگی عنوان کرده است.
فرح‌الله حسینی و دهیوری ۱۳۸۶	تأثیر تبعیض جنسیتی بر روحیه کارآفرینی زنان روستایی	تواناسازی زنان روستایی از طریق کارآفرینی، باعث احیای روحیه آفرینش و نوآوری در آنان و ایجاد تنوع و تعدد در مشاغل مرتبط با ایشان و افزایش کیفیت بهره‌وری فعالیت‌های دختران و زنان در محیط‌های روستایی می‌شود. موانعی که در سر راه توانمندسازی زنان قرار دارد، به سه دسته موانع فردی، سازمانی و محیطی تقسیم شده است.
همتی‌وینه و همکاران ۱۳۹۱	شناسایی موانع مشاغل خانگی و کسب‌وکار زنان روستایی شهرستان کرمانشاه	چهار مانع: ۱- فردی، ۲- مالی - اقتصادی، ۳- فرهنگی - اجتماعی، و ۴- قانونی - نهادی به ترتیب بیشترین اولویت را در ایجاد محدودیت برای مشاغل خانگی زنان روستایی شهرستان کرمانشاه داشته‌اند.
حیدری ساربان ۱۳۹۱	اولویت‌بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی	موانع مؤثر در کارآفرینی زنان روستایی به چهار عامل اصلی تقسیم‌بندی شده است: ۱- موانع فردی؛ ۲- موانع اجتماعی - فرهنگی؛ ۳- موانع روان شناختی؛ ۴- موانع اقتصادی.
Littunen ۲۰۰۰	ویژگی‌های افراد کارآفرین	ویژگی‌های فرد کارآفرین را شامل: توانایی، خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب‌وکار و توانایی برای شکار فرصت می‌داند.
Forter ۲۰۰۶	عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی	عواملی مانند: انگیزه پیشرفت، خلاقیت، ریسک‌پذیر بودن و تحمل ابهام را عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی قلمداد می‌کند.
Sathiabama ۲۰۱۰	توانمندسازی زنان روستایی و توسعه کارآفرینی	زنان کارآفرین علاوه بر اینکه با موانع بازاریابی برای تولیداتشان مواجه هستند، عوامل دیگری نیز مثل مسئولیت‌های خانوادگی در بعضی از موارد مانع دستیابی آنان به

<p>بعضی از فرصت‌ها می‌شود، علاوه بر اینکه آن‌ها در بعضی از کشورها با موانعی در رابطه با حق مالکیت دارایی‌شان مواجه هستند.</p>		
<p>الزامات توسعه مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی را تغییر در نگرش سنتی، خدمات حمایتی از قبیل: آموزش، تخصیص بودجه جداگانه برای زنان کارآفرین، تأمین زیرساخت‌های مناسب، تقدیر دولت از کارآفرینان نمونه و رقابت در بازارهای محلی و ملی بیان کردند.</p>	<p>چالش‌ها و فرصت‌های زنان روستایی کارآفرین در هند</p>	<p>Royalwar & Choudhary ۲۰۱۱</p>
<p>زنان روستایی با انگیزه خودکفایی، خوداشتغالی و کمک به خانواده کسب‌وکاری را شروع می‌کنند که در این میان، حمایت‌های خانواده، برنامه‌ریزی خوب و در دسترس بودن سرمایه عامل موفقیت آن‌ها شده است.</p>	<p>کارآفرینی زنان روستایی در کنیا</p>	<p>Kibas ۲۰۰۵</p>

۳- محدوده مورد مطالعه

شهرستان تالش از شهرستان‌های غرب استان گیلان در شمال ایران است. این شهرستان که نام خود را از قوم تالش گرفته و به استناد منابع و شواهد بسیار، بازمانده اقوام کادوس باستان و از همسایگان دیرین قوم گیل هستند. این شهرستان با مساحتی حدود ۲۱۶۰ کیلومتر مربع وسیع‌ترین شهرستان استان گیلان به‌شمار می‌رود. این شهرستان در ساحل غربی دریای خزر واقع شده است و از شمال به شهرستان آستارا، از جنوب به شهرستان رضوان‌شهر و شهرستان ماسال، از شرق به دریای خزر و از غرب به استان اردبیل (اردبیل و خلخال) محدود می‌شود و ارتفاع آن نسبت به دریا ۸۰ متر است. شهرستان تالش دارای چهار بخش و ده دهستان است (سایت اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۹۲) و با جمعیتی معادل ۲۰۰۶۴۹ نفر، بعد از شهرستان رشت، دومین شهرستان پرجمعیت استان گیلان به‌شمار می‌رود، به‌طوری‌که از ۲۰۰۶۴۹ نفر، ۱۰۱۲۲۲ نفر دارای جنسیت مرد و ۹۹۴۲۷ نفر دارای جنسیت زن است که از این تعداد جمعیت، ۷۸۳۶۰ نفر ساکن در نقاط شهری و ۱۲۲۲۸۹ نفر ساکن در نقاط روستایی هستند و از ۱۲۲۲۸۹ نفر ساکن در مناطق روستایی، ۶۱۷۹۴ نفر مرد روستایی و ۶۰۴۹۵ نفر زن روستایی است (مرکز آمار ایران ۱۳۹۵).

زنان کارآفرین روستایی دارای انگیزه‌های متعددی بوده و اغلب کسب درآمد و ایجاد تنوع درآمدی خانوار است. بیان انگیزه‌های شخصی کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب‌وکار در ادبیات تحقیق کارآفرینی توجه زیادی را به خود معطوف داشته و یکی از عناصر کلیدی برای موفقیت کارآفرینان لحاظ شده است. ادبیات تحقیق اغلب عوامل متنوعی را به‌عنوان انگیزه‌های راه‌اندازی کسب‌وکار ذکر کرده‌اند. عوامل پیش‌برنده یا عوامل منفی، عوامل اضطرابی هستند که زنان را به دنبال کردن ایده کسب‌وکارشان تشویق می‌کنند. این عوامل شامل: افزونگی بیکاری، ناامیدی از کار قبلی، نیاز داشتن به زندگی معقول با برنامه کاری منعطف و سنت خانوادگی در اداره کردن کار است (پتریدو و همکاران، ۲۰۰۸ به نقل از غنیان، منصور و فتوتی، هستی، ۱۳۹۲). 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).

۶- نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی

در طول دهه‌های اخیر، بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه دچار تحولات بسیاری شده و به شکل‌های مختلف بر اشتغال زنان و مردان روستایی تأثیر عمیقی به جای گذاشته است (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 نبوده است؛ زیرا بیشتر آن‌ها منابع درآمدزای سنتی خود را نیز از دست داده‌اند؛ بدون اینکه شغل جدیدی به دست بیاورند؛ چرا که بیشتر تولیدات صنعتی جایگزین تولیدات زنان شده و ماشین‌آلات کشاورزی نیز موجب از دست رفتن بازار کار زنان در اغلب فعالیت‌های کشاورزی شده است. از آنجا که اساساً زنان روستایی کمتر به مشاغل رسمی و اداری وارد می‌شوند، فرصت‌های شغلی برای آنان روزبه‌روز کمتر می‌شود. این موضوع ریشه در تحصیلات کم و مسائل قومی و فرهنگی دارد (Leonard & et al ۲۰۰۱ به نقل از غنیان، منصور و فتوتی، هستی، ۱۳۹۲).

شرایط محیطی خانواده و عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز بر سهم اندک اشتغال بیرون از خانه زنان در بازار کار تأثیر دارد. از سوی دیگر، زنان بیشتر در زمینه‌هایی که به سرمایه‌گذاری زیادی نیازی ندارد، فعالیت بیشتری دارند؛ مانند: فعالیت‌های خدماتی، گردشگری و کشاورزی. علاوه بر این، بسیاری از زنان علاقه‌مند به فعالیت در کسب‌وکارهایی هستند که ریسک کمتری دارد. زنان تمایل دارند کسب‌وکار خود را به آرامی شروع کنند، ریسک‌پذیری کمتری نسبت به مردان دارند و سعی می‌کنند وام نگیرند (Talves & Lass, ۲۰۰۴ به نقل از غنیان، منصور و فتوتی، هستی، ۱۳۹۲). گردشگری به‌عنوان صنعتی که به‌طور دائم در معرض تغییرات محیطی از جمله تغییر در وجه تقاضا (بازار) است، به بستری مناسب برای ظهور و رشد کارآفرینی تبدیل شده است. با توجه به اهمیت کارآفرینی در تولید ثروت و ویژگی گردشگری به‌عنوان ابزاری بالقوه برای توزیع و بازتوزیع ثروت در تمامی سطوح جامعه، به‌نظر می‌رسد هم‌افزایی کارآفرینی در حوزه گردشگری بتواند به‌عنوان کمک

مؤثری جهت توسعه و توانمندسازی زنان قلمداد شود. زنان در کشورهای در حال توسعه، امید اول برای ارتقاء خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود محسوب می‌شوند. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب سودهای اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند. گردشگری فرصت‌های زیادی برای ایجاد درآمد و استقلال اقتصادی زنان فراهم می‌کند و به بهبود اقتصادی و اجتماعی زنان کمک می‌کند. زنان به‌طور معمول مشاغل گردشگری را در کنار وظایف سنتی خانگی خود (به‌عنوان مثال: ارائه اتاق و محل اقامت، مرتب و تمیز کردن محل اقامت گردشگران و تولید صنایع دستی) انجام می‌دهند (قشلاق و همکاران).

۷- کسب و کارهای زنان روستایی در شهرستان تالش

زنان روستایی در شهرستان تالش، قشری زحمتکش و فعال‌اند که در تمامی فعالیت‌های روزانه اعم از: کشاورزی، دامداری، تولید لبنیات، فرش، گلیم، شالی‌بافی، نخ، حصیر، چادر، هیزم، پرورش ماکیان، ظروف و صنایع دستی و ... همپای مردان علاوه بر امور خانه‌داری، همسر داری و بچه‌داری سهم هستند و زنان این خطه، جزء پرتلاش‌ترین و فعال‌ترین زنان کشور هستند. فعالیت زنان روستایی در بخش‌های مختلف شهرستان تالش متفاوت است، به طوری که زنانی که در مناطق کوهستانی و بیابانات زندگی می‌کنند، بیشتر به فعالیت‌های دامپروری و تولید محصولات لبنی و گوشتی می‌پردازند و زنانی که در مناطق کوهپایه‌ای زندگی می‌کنند، تلفیقی از فعالیت‌های دامپروری و کشاورزی و صنایع دستی است و زنان ساکن در مناطق جلگه‌ای شهرستان تالش، به‌علاوه دارا بودن زمین مناسب و حاصلخیز به کشاورزی می‌پردازند و به‌علاوه دسترسی به مواد اولیه برای تهیه صنایع دستی، به انواع فعالیت‌های صنایع دستی مانند: گلیم‌بافی، نمدالی، دوخت لباس‌های محلی و شالی‌بافی و تولید بافت‌های پشمی می‌پردازند.

طبق یافته‌های میدانی و صحبت با آقای جهانگیری، رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان تالش، بیشترین اشتغال زنان در بخش گردشگری شهرستان تالش، تولید صنایع دستی است و در بخش‌های بوم‌گردی، راهنمای تورهای طبیعت‌گردی و تولید غذاهای محلی آمار دقیقی وجود ندارد و خود زنان با میل و اراده خود به این کار مشغول هستند. بیشترین زنانی که به تولید صنایع دستی مشغول‌اند، در بخش مرکزی شهرستان تالش یعنی روستاهای شهرهای هشتر و اسالم ساکن بوده و زنان این روستاها بیشتر به تولید صنایع دستی می‌پردازند و هر چقدر از شرق تالش به سمت غرب تالش و آستارا حرکت کنیم، زنان بیشتری در زمینه کشاورزی فعالیت دارند. بخش گردشگری، به دو صورت باعث ایجاد اشتغال برای زنان روستایی می‌شوند:

به صورت مستقیم؛ شامل زنانی هستند که بدون واسطه با گردشگران در ارتباط هستند و بعد از ورود گردشگران به روستاها، با فروش صنایع دستی خود و کار کردن در رستوران‌ها و وسایل حمل و نقل و ایجاد تورهای طبیعت‌گردی و فروش غذاهای محلی خود کسب درآمد می‌کنند و به صورت غیرمستقیم مانند: فروش صنایع دستی خود به فروشگاه‌ها و ارائه غذاهای محلی به رستوران‌ها با فعالیت‌های گردشگری در ارتباط هستند.



تصویر ۲. فروشگاه صنایع دستی خانم پور محمود در تالش



تصویر ۱. جشنواره غذاهای محلی در روستای تک تازه آباد تالش



تصویر ۴. پخت نان محلی زن روستایی در روستای داوان تالش (منبع میدانی).



تصویر ۳. تولید صنایع دستی زنان روستایی در طولارود تالش

۸- یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های شخصی پاسخ‌گویان: نتایج به دست آمده از میان ۶۵ نفر مصاحبه‌شونده از زنان شاغل در کسب‌وکارهای گردشگری در شهرستان تالش، به این صورت است که میانگین سنی زنان مورد بررسی، ۴۱/۴ سال بوده که جوان‌ترین مصاحبه‌شونده ۲۵ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۵۱ ساله بوده است. در ارتباط با سطح سواد مصاحبه‌شوندگان، نتایج نشان داد ۱۵ درصد بی‌سواد، ۲۰/۵ درصد دارای تحصیلات نهضتی، ۲۶ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۲۰ درصد کمتر از دیپلم و ۱۸/۵ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند. میانگین سابقه فعالیت زنان روستایی شهرستان تالش در کسب‌وکارهای گردشگری ۱۱/۳ است. داده‌های موجود در اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان تالش نشان می‌دهد که بیشترین اشتغال زنان در شهرستان تالش، در بخش صنایع دستی است، به طوری که از میان ۵۲۱ نفر که در بخش صنایع دستی فعالیت می‌کنند، ۵۰۷ نفر زن و تنها ۱۴ نفر مرد فعالیت دارند و بیشترین کسب‌وکار زنان در شهرستان تالش گلیم‌بافی است.

جدول ۲. تعداد مصاحبه‌شدگان زنان شاغل در کسب‌وکار گردشگری

مجموع	تعداد زنان مصاحبه‌شده	کسب‌وکارهای گردشگری
۶۵ نفر	۳۴ نفر	صنایع دستی
	۱۰ نفر	پخت غذاهای محلی
	۷ نفر	راهنمای تورهای گردشگری

	۸ نفر	اقامتگاه‌های بوم‌گردی
	۶ نفر	زنان فعال در انجمن‌های گردشگری

از بین ۶۵ زن شاغل در کسب‌وکارهای گردشگری در شهرستان تالش، هر کدام از آنها، موانع و مشکلات مختص به خودشان را داشتند، اما در بعضی از موانع و مشکلات دارای وجه اشتراک بوده و بیان کردند. با توجه به مواردی که در مصاحبه بیان می‌شد، می‌توان موانع را در ۶ بُعد دسته‌بندی کرد که شامل: ۱- موانع فردی- شخصیتی؛ ۲- موانع علمی؛ ۳- موانع خانوادگی؛ ۴- موانع فرهنگی - اجتماعی؛ ۵- موانع اقتصادی؛ ۶- موانع نهادی - قانونی می‌شد.

جدول ۲. مشکلات و موانع کسب‌وکارهای زنان روستایی در شهرستان تالش.

تعداد	موانع و مشکلات	بُعد
۳	* ریسک‌پذیر نبودن؛	فردی - شخصیتی
۲	* نداشتن اعتماد به نفس و خودباوری و خلأ قیمت.	(۲ موانع)
۳	* کمبود راهنمایی در زمینه بازاریابی؛	علمی
۳	* کمبود مهارت‌های مدیریتی و دانش و اطلاعات کافی.	(۲ موانع)
۴	* مخالفت والدین و همسران با کسب‌وکار آنها؛	خانوادگی
۴	* وجود مسئولیت‌های چندگانه زنان روستایی.	(۲ موانع)
۷	* عدم اعتماد جامعه به زنان در راه‌اندازی کسب‌وکار؛	فرهنگی و اجتماعی
۶	* کمبود آگاهی جامعه شهرستان تالش نسبت به اهمیت کسب‌وکار زنان روستایی؛	(۴ موانع)
۵	* وجود فرهنگ مردسالاری در سازمان‌ها و جامعه شهرستان تالش؛	
۵	* وجود دیدگاه منفی نسبت به کسب‌وکار زنان روستایی در شهرستان تالش.	
۶	* ناتوانی در تهیه منابع مالی و کمبود سرمایه لازم برای کسب‌وکار؛	اقتصادی
۳	* دسترسی نداشتن به اعتبارات و وام برای زنان.	(۲ موانع)
۶	* کم‌توجهی دولت در شهرستان تالش نسبت به کارآفرینان زن؛	نهادی و قانونی
۴	* عدم تشویق کارآفرینان زن موفق از سوی سازمان دولتی در شهرستان تالش؛	(۳ موانع)
۴	* طولانی بودن روند کسب مجوز کسب‌وکار برای زنان و قوانین دست‌وپاگیر.	
۶۵ نفر	-----	مجموع

نتایج حاصل از موانع توسعه کسب‌وکارهای زنان روستایی شهرستان تالش نشان می‌دهد که از نظر پاسخ‌دهندگان، ۲۳ نفر از زنان، بُعد فرهنگی و اجتماعی را با چهار موانع اعتماد نداشتن جامعه به زنان در راه‌اندازی کسب‌وکار، کمبود آگاهی جامعه

شهرستان تالش نسبت به اهمیت کسب و کار زنان روستایی، وجود فرهنگ مردسالاری در سازمان‌ها و جامعه شهرستان تالش و وجود دیدگاه منفی نسبت به کسب و کار زنان روستایی در شهرستان تالش، مهم‌ترین موانع کسب و کارهای زنان روستایی این شهرستان است و شایان ذکر است که بعد از بُعد فرهنگی - اجتماعی، ۱۴ نفر از زنان نیز بعد نهادی و قانونی را با سه موانع کم‌توجهی دولت نسبت به کارآفرینان زن، عدم تشویق کارآفرینان زن موفق از سوس سازمان‌های دولتی و طولانی بودن روند کسب مجوز کسب و کار زنان و وجود قوانین دست‌وپاگیر برای آنان، از موانع‌های مهم دیگر در کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری در این منطقه می‌دانند و همچنین ۹ نفر از زنان بعد اقتصادی، ۸ نفر از زنان بعد خانوادگی، ۶ نفر بعد علمی و ۵ نفر از زنان نیز بعد فردی - شخصیتی را مهم موانع توسعه کسب و کار زنان روستایی شهرستان تالش می‌دانند.

۹- نتیجه‌گیری

زنان کارآفرین در بسیاری از کشورهای در حال توسعه با موانع متعدد و جدی روبه‌رو هستند که مانع موفقیت آنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. تأکید بر نقش‌های سنتی زنان و تعهد به حضور در خانه، به‌خصوص در شهرستان تالش، مانع از آن می‌شود که زنان بر توزیع وقت و انرژی خود کنترل داشته باشند و بنابراین به دلیل حضور در بازار کار در ایفای موازی تعهدات کار و خانواده خود با تعارض نقش مواجه هستند. با عنایت به اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی، تقویت کسب و کار زنان ابزاری برای ارتقاء بهره‌وری، افزایش تولید، اشتغال‌زایی، کاهش بیکاری، توانمندسازی، ظرفیت‌سازی، گسترش بازار، استفاده بهینه از منابع موجود، پایداری مکان‌های زندگی روستایی، بهبود کیفیت زندگی، افزایش درآمد، بهره‌برداری مناسب از منابع، ارتقاء مشارکت، شناسایی فرصت‌های اقتصادی، کاهش فقر، تولید ثروت، فراهم کردن زمینه‌های رشد اقتصادی، پیشگیری از آشفته‌گی روستا، دستیابی به کالا و خدمات، افزایش ارزش کار، توزیع مناسب درآمد، تقویت پایه‌های منطقه‌ای، ملی و ... است.

بنابراین برای تقویت هر چه بیشتر کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری و به دنبال آن، توسعه مناطق روستایی، مطالعه و بررسی موانع کسب و کار زنان روستایی اهمیت بسیاری دارد. در این پژوهش، موانع و مشکلات کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری شهرستان تالش، مطالعه و موانع عمده در کسب و کار آنان در زمینه‌های فردی - شخصیتی، علمی، محیطی، خانوادگی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و نهادی - قانونی بررسی شد که با توجه به نتایج به دست آمده، بیشترین موانع و مشکلات زنان روستایی در بخش گردشگری، در زمینه اجتماعی و فرهنگی است. در ارتباط با رفع موانع و مشکلات کسب و کار زنان روستایی در بخش گردشگری، پیشنهاد‌های زیر با مشارکت زنان فعال در کسب و کارهای گردشگری شهرستان تالش شناسایی شده است که عبارت‌اند از:

- ۱- ترویج فرهنگ کارآفرینی زنان روستایی در جامعه شهرستان تالش از طریق معرفی کارآفرینان؛
- ۲- افزایش اعتماد و آگاهی جامعه شهرستان تالش به اهمیت شروع کسب و کار زنان روستایی؛
- ۳- ارائه آموزش‌های کسب و کار گردشگری، به‌ویژه برای زنان روستایی؛
- ۴- ارائه تسهیلات بانکی ویژه برای زنان و سهولت دسترسی به آن؛

- ۵- ایجاد نمایشگاه‌ها و فروشگاه در مکان‌های دارای قابلیت جذب توریست در شهرستان، برای فروش محصولات محلی و صنایع دستی تولیدی زنان به گردشگران به‌طور مستقیم و بدون واسطه؛
- ۶- انتخاب مسئولان در بخش گردشگری بر اساس میزان تخصص در گردشگری و علاقه‌مندی و داشتن حس مسئولیت؛
- ۷- حمایت‌های بیمه‌ای و بازاریابی از تولیدات و خدمات زنان کارآفرین روستایی.

۱۰- مراجع

- افجه، علی اکبر (۱۳۸۲)، توسعه جهانگردی از دیدگاه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی. مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران. تهران. دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی.
- ایمنی قشلاق، سیاوش، خانی، فضیله، هاشمی، سعید (۱۳۹۱)، نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی؛
- ایمنی قشلاق، سیاوش و هاشمی، سعید (۱۳۸۸)، نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری. مجله کار و جامعه شماره ۱۰۶-۱۰۷.
- (مطالعه تطبیقی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره هجدهم. صص ۲۱۷-۲۳۹.
- بردبار، غلامرضا، عسگری پورگلوریک و عباسپور، مرتضی (۱۳۹۴)، واکاوی موانع توسعه کسب‌وکار زنان (بررسی موردی موانع توسعه کسب‌وکار زنان کارآفرین در استان سیستان و بلوچستان)، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت چالش‌ها و راهکارها، شیراز، مرکز همایش‌های علمی همایش نگار.
- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۴)، نقش سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: استان اردبیل)، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲، شماره ۲۶، صص ۱۷۸-۱۶۵.
- خانی، فضیله (۱۳۸۵)، توسعه روستایی و چالش‌های اشتغال زنان. مجله پژوهش‌های جغرافیایی. شماره ۵۵. صص ۱۸۸-۱۷۱.
- رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه ی نواحی روستایی، (مطالعه موردی: روستای برا آن جنوبی شهرستان اصفهان). فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۲، زمستان ۱۳۸۷، صص: ۱۶۱-۱۸۲.
- زارع احمدآبادی، حبیب‌الله و عربشاهی، شیوا (۱۳۹۰)، الزامات آموزش کارآفرینی زنان روستایی یزد. دوفصلنامه علمی-ترویجی بانوان شیعه، سال هشتم، شماره ۲۶، بهار و تابستان ۱۳۹۰. صص ۷۰-۵۰.
- علویان، سید محمدرضا (۱۳۸۱)، کار زنان در حقوق ایران و حقوق بین‌المللی کار. تهران، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- غریبی، نجمه (۱۳۹۲)، رد پای زنان روستایی و مشاغل آنان در دنیای گردشگری، همایش ملی توسعه صنعت گردشگری باتاکید بر پارک‌های ملی و تالاب‌ها با محوریت استان گلستان، گالیکش، دانشگاه پیام نور گالیکش.
- فدوی ابرقویی، زهرا و پیرو، معصومه (۱۳۹۷)، کارآفرینی زنان در گردشگری، چالش‌ها و فرصت‌ها، ششمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- فرج‌الله حسینی، سید جمال و دهیوری، س (۱۳۸۶)، تاثیر تبعیض جنسیتی بر روحیه کارآفرینی زنان روستایی، نوشته شده در سایت چاپ پورتال.



- فلاح جلودار، ربیع (۱۳۸۶)، تحلیل عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور، رساله دکتری رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاداسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- مرادی، گیتی (۱۳۹۰)، نقش زنان در توسعه روستایی، نشریه صدای تالش، شماره ۶۶ و ۶۷.
- میرغفوری و همکاران (۱۳۸۸)، تبیین و تحلیل موانع موثر بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: استان یزد)، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال ۱، تهران، صص ۶۴-۴۷.
- نوبخت وند، جابر و نیکونام طوسی، وحیده (۱۳۹۱). موانع توسعه کارآفرینی و اقتصادی اشتغال زنان جامعه در کشور، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، مازندران.
- همتی وینه و همکاران (۱۳۹۱)، اشتغال خانگی و موانع کسب و کار زنان (مطالعه موردی: زنان روستایی شهرستان کرمانشاه)، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
- Choudhary, K. N. & Rayalwar, A. (۲۰۱۱). Opportunitites and challenges for rural women entrepreneurship in india. Variorum Multi-Disciplinary e-Research Journal, ۱ (۱۱۱), ۱-۴. Retrieved from www.ghws.in/chariti/variorum
- Djivre, J, ۲۰۰۸, Female Entrepreneurs of the North: Breaking Ground, Curren Research.
- Forter, L.M, (۲۰۰۶). Entrepreneurs and Their Social Network: Motivation, Expectations and Outcomes. PhD Dissertation.
- Kibas, P. B. (۲۰۰۵). Rural entrepreneurship in Kenya: perception of women on entrepreneurship. Retrieved from <http://sbaer.uca.edu/research/icsb/۲۰۰۵/paper۱۱۰.pdf>
- Leonard, M, ۲۰۰۱, Old win in new ۱۳۰ tales? Women working inside and outsiden the household, Women's studies International forum, Vol. ۲۴, No. ۱, pp ۶۷ – ۷۸
- Littunen, H (۲۰۰۰). Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality,
- Mohanty, S .K. "Fundamentals of Entrepreneurship" , Second Printing, Prentic Hall of India private Limited, New Delhi, ۲۰۰۶.
- Petridou, E. and Glavelis, N.)۲۰۰۸(. "Rural women entrepreneurship within co-operatives: training support". Gender in Management: An International Journal Vol. ۲۳ No. ۴, PP.۲۶۲-۲۷۷.
- Sathiabama, K. (۲۰۱۰). Rural Women Empowerment and Entrepreneurship Development.
- Talves, K. and Laas, A., ۲۰۰۴, Rural women's entrepreneurship, Female Entrepreneurs' Meeting in the Baltic Sea Region, Tartu, Estonia