



مؤلفه‌های اثرگذار بر کسب‌وکارهای خانگی زنان در روستاهای هدف گردشگری شهرستان

مشهد

افسانه نیکوکار^۱، پرنیا شمس‌آرا و ابوالفضل محمودی^۲

مشهد- دانشگاه پیام نور مرکز مشهد

anikoukar57@gmail.com

تهران- دانشگاه پیام نور مرکز تهران شرق

چکیده

مطالعه حاضر با هدف بررسی مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی و کارآفرینی زنان روستایی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان مشهد انجام گرفته است. جامعه آماری این تحقیق شامل تمام زنان روستایی شاغل یا مالک واحد کارآفرینی یا کسب‌وکار خانگی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان مشهد بوده است. برای انتخاب افراد، از روش نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای متناسب با تعداد کارآفرینان یا افراد شاغل در کارآفرینی هر منطقه، استفاده شد و در مجموع تعداد ۱۶۸ پرسش‌نامه تکمیل شد. نتایج نشان داد که اکثر افراد نمونه ۵۰-۳۵ ساله، متأهل با تحصیلات متوسطه، ساکن و مالک در روستا و شاغل در بخش کشاورزی تشکیل می‌دهند. بیش از نیمی از ایشان از تسهیلات کم‌بهره مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی استفاده کرده‌اند و اکثر افراد نمونه کمتر از ۲ ساعت از دوره‌های آموزشی مرتبط استفاده کرده‌اند. افراد نمونه، وجود بازار برای عرضه محصولات، تخصیص تسهیلات با نرخ بهره کم و برگزاری دوره‌های آموزشی را مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی دانسته‌اند. با توجه به نتایج تحقیق، ایجاد بازارچه‌های دائمی و فصلی برای نمایش و عرضه محصولات روستا، تسهیل شرایط دریافت اعتبارات بانکی و تشکیل دوره‌های آموزشی در محل روستا یا روستاهای همجوار با اطلاع‌رسانی قبلی پیشنهاد می‌شود.

کلیدواژه‌ها: کسب‌وکار خانگی، گردشگری روستایی، مشهد.

۱. دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران؛ نویسنده مسئول.

۲. به ترتیب فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد توسعه روستایی و دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.



۱- مقدمه

گردشگری روستایی باعث رشد اقتصادی و ایجاد تنوع فعالیتی، اشتغالزایی و افزایش درآمد برای ساکنان روستا می‌شود، لذا از سوی جامعه بین‌المللی و در سیاست‌های توسعه محلی و منطقه‌ای بسیار بر آن تأکید شده است (مطیعی لنگرودی و نصرتی، ۱۳۹۰). گردشگری روستایی در معنای کلاسیک، نوعی از فعالیت‌های گردشگری است که درآمدی اضافی را برای آن‌هایی که شغلی ثابت مانند کشاورزی و دامداری دارند، فراهم می‌کند (رضوانی، ۱۳۸۷). پتانسیل‌های گردشگری در هر روستا بیش از هر چیز به سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی و فرهنگی بستگی دارد و نقشی اساسی در توسعه و حفظ ذخایر نواحی روستایی ایفا می‌کند. گردشگری روستایی جزئی از صنعت گردشگری به حساب می‌آید که می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع‌بخشی به رشد اقتصادی و نیز خلق فرصت‌های شغلی جدید در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا کند (شریف زاده، ۱۳۸۱).

ورود گردشگران فرصت‌های شغلی فراوانی را می‌تواند برای روستاییان بالاخص زنان روستایی فراهم کند. یکی از حوزه‌هایی که تحت تأثیر ورود گردشگران قرار می‌گیرد، کسب‌وکارهای خانگی و کوچک‌مقیاس است. کسب‌وکار خانگی را می‌توان آن دسته از فعالیت‌هایی دانست که عضو یا اعضای خانواده آن را در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب‌وکار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی همجوار شکل می‌دهد و منجر به تولید خدمت یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌شود (فرهمند، ۱۳۹۳). این واحدها نیاز به سرمایه‌گذاری و فناوری زیاد و پیشرفته ندارند و ابزارهای مورد نیاز آنان در مناطق روستایی فراهم است. ایجاد واحدهای کسب‌وکار خانگی عمده‌تأ متکی به حضور زنان است، زیرا زنان روستایی اغلب اوقات خود را در خانه سپری می‌کنند و این واحدها می‌توانند موجب اشتغالزایی شوند (عاشری و کیانی نصرتی، ۱۳۹۲) و زنان را از تنوع درآمد، سطح رفاه نسبی بهتر و رضایت بیشتر بهره‌مند کنند (خواجه شاهکویی و همکاران، ۱۳۸۸).

ماهیت و نوع فعالیت‌های واحدهای کسب‌وکار خانگی مختص مناطق روستایی که در ارتباط تنگاتنگ با بخش کشاورزی و عمده‌تأ شامل صنایع دستی از قبیل: پارچه و مسنوجات، قالی‌بافی و گلیم‌بافی، خشکبار و لبنیات است، از یک سو و ویژگی‌های اقتصادی این کسب‌وکارها مانند: نیاز به سرمایه‌گذاری اندک، ریسک کمتر، استفاده از نیروی کار خانوادگی و ساعت کار اختیاری از سوی دیگر، این کسب‌وکارها را برای زنان روستایی جذاب می‌کند؛ به‌طوری‌که زنان روستایی از دیرباز این فعالیت‌ها را به‌عنوان بخشی از وظایف روزانه خود انجام می‌دهند و به‌طور غیررسمی در کسب درآمد برای خانواده نقش دارند. به‌صورت رسمی نیز زنان به‌عنوان نیروهای کار در کارگاه‌های تولید صنایع روستایی نقش مهمی ایفا می‌کنند.

در همه کشورهای اعم از صنعتی و در حال توسعه، مشکلات و موانع زیادی برای اشتغال زنان وجود دارد و تفاوت در شدت و ضعف و ماهیت مشکلات در کشورهای مختلف است. وجود این موانع، اشتغال و حتی کارآفرینی در حوزه کسب‌وکارهای خانگی را برای زنان جذاب کرده است. ارهان و دان (۲۰۰۱) در نظریه خود، عوامل انگیزشی محیطی مؤثر در کارآفرینی زنان را به دو دسته عوامل کششی و رانشی تقسیم می‌کنند. عوامل رانشی نیازهایی مانند: کافی نبودن درآمد خانواده، بیکاری، فقدان



رضایت شغلی و انتخاب مشاغل قابل انعطاف به دلیل تعهدات خانوادگی را شامل و سبب ورود زنان به کسب و کار می شود و عوامل کشتی مؤثر در کارآفرینی زنان، فرصت ها، شرایط و فضای کسب و کار، فرهنگ جامعه و شرایط حاکم بر محیط است که می تواند انگیزه زنان را برای کارآفرینی تحریک کند.

بنا به مطالعات انجام شده، کسب و کارهای خانگی وضعیت معیشت ساکنان منطقه را بهبود می دهد، همچنین افرادی که به مشاغل مربوط به گردشگری در منطقه وابسته هستند، درآمد و معیشت پایدارتری دارند (مینگ و همکاران، ۲۰۱۹)؛ اما با وجود همه مزایای گردشگری در ایجاد اشتغال و درآمد برای جوامع روستایی، این صنعت در بخش روستایی با چالش هایی مواجه است که ناشی از فضا و امکانات محدود روستاهاست. مهم ترین این چالش ها عبارتند از: نبود زیرساخت ها به منظور جلب گردشگر، عدم حمایت های سازمانی و معرفی مناسب روستاها، ساده نبودن برخی مشاغل و همچنین نبود آموزش لازم (احسانی فر و همکاران، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، نامناسب بودن شرایط اقتصادی، ویژگی های شخصیتی و شرایط اجتماعی - فرهنگی زنان، از قبیل نبود طرح کسب و کار مناسب، نبود تجربه و تخصص لازم در روستاییان، عدم دسترسی مناسب روستاییان به بازار، کمبود نمایشگاه و فروشگاه، عدم دسترسی به اطلاعات و منابع اطلاعاتی، ناکافی بودن سرمایه و عدم تأمین اعتبار مالی برای سرمایه گذاری کسب و کار خانگی و وجود موانع قانونی، عدم مشارکت گروهی، از جمله چالش های پیش روی کارآفرینی زنان در حوزه گردشگری روستایی است (عبدالله زاده، ۱۳۹۲؛ نجفی اصل، ۱۳۹۳؛ نجفی کانی و عسگری، ۱۳۹۳؛ رنجبر و استعلاجی، ۱۳۹۶؛ سامانی قطب آبادی و همکاران، ۱۳۹۶؛ رستمی و احسانی فر، ۱۳۹۷).

رفع این موانع نیازمند همکاری همه جانبه نهادهای سیاسی و اجتماعی دولتی و غیردولتی با کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای خانگی است. در واقع، برای توسعه گردشگری روستایی و معیشت محلی، حضور نهادهای سیاسی و کمک کار دولت در منطقه لازم و ضروری است (کلیر و همکاران، ۲۰۱۸)، اما به دلیل ماهیت متفاوت مشکلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هر منطقه و همچنین ویژگی های متفاوت کارآفرینان و کسب و کارها، نحوه حضور این نهادها و نوع همکاری که می توانند به منظور توسعه کسب و کارها انجام دهند، به نوع کسب و کار، ویژگی های کارآفرینان و منطقه مورد مطالعه بستگی دارد، لذا شناسایی مؤلفه های اثرگذار بر کسب و کارهای خانگی، پیش از سیاست گذاری و برنامه ریزی برای توسعه این کسب و کارها ضرورت دارد. از این رو، مطالعه حاضر با هدف بررسی مؤلفه های اثرگذار بر توسعه کسب و کارهای خانگی و کارآفرینی زنان روستایی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان مشهد انجام می گیرد. بر اساس آخرین سرشماری سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، مشاغلی که طبق قوانین وزارت کار جزو مشاغل خانگی محسوب می شوند، به طور میانگین سهمی ۳۰ درصدی در اقتصاد خانه و خانواده دارند. از سوی دیگر، بیش از ۷۰ درصد از مشاغل خانگی در اختیار زنان قرار دارد. در رابطه با حیطه شغلی کسب و کارهای خانگی، قالی بافی، منسوجات خانگی و صنایع دستی جزو مهم ترین واحدهای کسب و کار خانگی به شمار می روند. در این میان، به استناد آمار وزارت کشور، استان خراسان رضوی رتبه اول تعداد کسب و کارهای خانگی را نسبت به جمعیت در اختیار دارد.



۲- روش تحقیق

این تحقیق به صورت پیمایشی و مقطعی و در قالب مطالعات کاربردی انجام شده است. با توجه به مطالعات صورت گرفته، عوامل مختلفی بر توسعه کسب و کارهای خانگی در ارتباط با گردشگری نقش دارند که می توان به مؤلفه های اقتصادی، حمایتی و انگیزشی اشاره کرد. علاوه بر مؤلفه های فوق برخی مؤلفه های فردی همچون: سن، سطح تحصیلات، نوع اشتغال و شرکت در دوره های آموزشی هم می تواند بر کارآفرینی زنان و توسعه کسب و کارهای خانگی تأثیرگذار باشد. به نظر می رسد افرادی که جوان تر و دارای تحصیلات هستند، بهتر می توانند با گردشگران در تعامل باشند. همچنین افرادی که درآمد و سرمایه بیشتری در اختیار دارند، راحت تر می توانند از عهده مخارج و هزینه ها برآیند و در توسعه کسب و کار خانگی موفق تر عمل می کنند. در ارتباط با مؤلفه های انگیزشی نیز برگزاری دوره های آموزشی برای توانمندسازی زنان و تبلیغات و اطلاع رسانی می تواند نقش مهمی در کارآفرینی و توسعه کسب و کار خانگی داشته باشد. در بخش مؤلفه های حمایتی نیز، پرداخت تسهیلات مورد نیاز و ایجاد بازارچه های فروش و برگزاری جشنواره ها نقش چشمگیری در توسعه گردشگری روستایی و کسب و کار خانگی دارد.

جامعه آماری این تحقیق شامل تمام زنان روستایی شاغل یا مالک واحد کارآفرینی یا کسب و کار خانگی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان مشهد هستند. مبنای انتخاب جامعه آماری و نمونه مورد مطالعه، اطلاعات و آمارنامه های منتشر شده از سوی معاونت زنان و خانواده استانداری خراسان رضوی و دفتر امور روستایی استان است. بر اساس آمارنامه سال ۱۳۹۵، تعداد ۲۰۱ زن کارآفرین یا دارای کسب و کار شناسنامه دار در مناطق هدف گردشگری شناسایی شد. برای انتخاب افراد، از روش نمونه گیری تصادفی چندمرحله ای متناسب با تعداد کارآفرینان یا افراد شاغل در کارآفرینی هر منطقه، استفاده شد. به این ترتیب که ابتدا از بین دهستان های بخش مرکزی، دو دهستان به صورت تصادفی انتخاب شد، سپس در هر دهستان، چهار روستا بر اساس شاخص های جمعیتی، تعاونی ها و مکان های دارای کسب و کار خانگی و پراکنش تعاونی های زنان و کارآفرینی که بر اساس آمار سازمان میراث فرهنگی به عنوان روستاهای هدف گردشگری شناخته شده اند، گزیده شد. در نهایت، ۱۶۸ نمونه بر اساس تعداد صاحبان یا شاغلان در واحدهای کسب و کار خانگی روستاها انتخاب شدند.

با توجه به مبانی نظری و الگوی مطالعه، عملیاتی کردن ابزار تحقیق در قالب پرسش نامه صورت پذیرفت که جزء اصلی مطالعات میدانی را تشکیل می دهد. پرسش نامه به دو بخش اطلاعات فردی و حرفه ای و مؤلفه های نگرشی بر مبنای طیف لیکرت تقسیم بندی شد. در انتهای پرسش نامه جهت بهره مندی از نظرات افراد، دو پرسش باز برای بیان مشکلات و راهکارها در رابطه با توسعه گردشگری و کسب و کار خانگی در نظر گرفته شد. سؤالات بر مبنای مشاهدات فردی، گفت و گو با افراد صاحب نظر و مطالعات انجام شده طراحی شد. برای محاسبه پایایی یک پرسش نامه ابزارهای مختلفی ارائه شده است که یکی از متداول ترین آن ها، استفاده از آزمون آلفای کرونباخ است. جهت بررسی ضریب آلفای کرونباخ، نگارنده پرسش نامه را در اختیار ۲۰ نفر از زنان روستایی قرار داد. بعد از تکمیل پرسش نامه، داده ها وارد محیط SPSS شد و ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد. این آماره با مقدار ۰/۷۴ حاکی از مطلوبیت پرسش نامه به منظور بررسی میدانی بود. برای تأیید روایی تحقیق نیز، محقق پرسش نامه را با مشورت با افراد صاحب نظر، مطالعات انجام شده و مشاهدات میدانی تهیه کرد و پرسش نامه با نظر استادان و اهل فن بررسی و



بازنگری شد. پس از تکمیل پرسش نامه تحقیق، تجزیه و تحلیل داده ها انجام شد. ابتدا، اطلاعات فردی و حرفه ای افراد تحلیل توصیفی شد، سپس به منظور تعیین اهمیت مؤلفه های مختلف اقتصادی، حمایتی و انگیزشی از دیدگاه افراد، اولویت بندی گویه ها با استفاده از ضریب تغییرات انجام شد تا مشخص شود در مؤلفه های مختلف چه گزینه هایی بیشترین اهمیت را دارند.

۳- نتایج و بحث

در این مطالعه با توجه به ماهیت موضوع که بررسی مؤلفه های اثرگذار بر کسب و کارهای خانگی و کارآفرینی در روستاهای هدف گردشگری است، تجزیه و تحلیل داده ها در دو دسته تحلیل های مربوط به ویژگی های فردی و محیطی پاسخ دهندگان و تحلیل های مربوط به بررسی نگرش پاسخ دهندگان درباره مؤلفه های اثرگذار بر توسعه کسب و کارهای خانگی قرار می گیرد. در بخش اول، اطلاعات فردی و حرفه ای افراد شامل: سن، وضعیت تأهل، تحصیلات، وضعیت اشتغال و حوزه های آن، وضعیت درآمد، وضعیت سکونت و مالکیت واحد مسکونی، وضعیت کسب و کار خانگی و مالکیت آن، وضعیت درآمد حاصل از گردشگری، وضعیت تسهیلات دریافتی و وضعیت آموزشی است که در ادامه بررسی خواهد شد.

بررسی ویژگی های فردی افراد نمونه نشان داد که میانگین سن زنان مورد مطالعه حدود ۴۸ سال است و بیشترین فراوانی مربوط به طبقه سنی ۳۶-۵۰ سال با حدود ۳۱ درصد از افراد مورد مطالعه است. از میان ۱۶۸ زن مورد مطالعه، حدود ۷۳ درصد متأهل هستند. همچنین حدود ۴۳ درصد دارای تحصیلات دیپلم هستند و حدود ۲۷ درصد تحصیلات دانشگاهی کارشناسی و کاردانی دارند.

جدول (۱) توزیع فراوانی وضعیت اشتغال، حیطه اشتغال و وضعیت شغل دوم زنان مورد مطالعه را نشان می دهد. بر اساس اطلاعات این جدول، حدود ۷۷ درصد پاسخ گویان شغل دیگری به جز کسب و کار خانگی نیز دارند و کسب و کار خانگی برای باقی افراد به عنوان شغلی برای پر کردن اوقات فراغت یا شغلی برای کسب حداقل درآمد محسوب می شود. پاسخ به پرسش مربوط به حوزه شغلی پاسخ دهندگان نشان داد که صرف نظر از فعالیت و درآمد در حوزه کسب و کار خانگی، بیشتر افراد نمونه (معادل ۷۷ درصد)، در بخش کشاورزی شاغل هستند و کشاورزی را شغل اول و اصلی خود می دانند. همچنین ۶۴ نفر از کل پاسخ دهندگان دارای شغل دوم نیز هستند که ۳۸ نفر آن ها به کشاورزی (شغل اول آن ها کشاورزی نبوده است) اشتغال دارند. بر مبنای نظر پاسخ دهندگان، مهم ترین عامل در انتخاب شغل دوم یا روی آوردن به کسب و کارهای خانگی، ناکافی بودن درآمد شغل اول با حدود ۷۱ درصد پاسخ بوده است.

بررسی وضعیت سکونت در روستاها و مالکیت واحدهای مسکونی پاسخ گویان در نمونه مورد مطالعه نشان می دهد که ۹۷/۷ درصد از پاسخ دهندگان ساکن روستا هستند و ۲/۳ درصد هم در شهر ساکن هستند. همچنین ۸۳/۳ درصد از پاسخ دهندگان مالک واحد مسکونی خود هستند، بنابراین از آنجا که بیشتر افراد نمونه، ساکن در روستا و دارای ملک شخصی هستند، به راحتی می توانند در زمینه کسب و کار خانگی فعالیت کنند.



جدول (۱) توزیع فراوانی وضعیت اشتغال، حیطه اشتغال و وضعیت شغل دوم پاسخ‌گویان

متغیر	گروه‌بندی	تعداد فراوانی	درصد فراوانی
وضعیت اشتغال	جویای کار	۲۰	۱۲
	محصل	۱۰	۶
	شاغل	۱۳۰	۷۷
	بازنشسته	۸	۵
حیطه اشتغال	کشاورز	۹۲	۷۱
	کارگر	۱۷	۱۳
	دولتی	۱۰	۸
	آزاد	۸	۶
	سایر	۳	۲
شغل دوم	دارم	۶۴	۳۸/۱
	ندارم	۱۰۴	۶۱/۹
	کشاورز	۳۸	۵۹/۴
	کارمند	۱	۱/۶
	آزاد	۱۶	۲۵
نوع شغل دوم	کارگر	۹	۱۴
	درآمد ناکافی	۱۲۰	۷۱/۴
علت انتخاب شغل دوم یا روی آوردن به کسب‌وکار خانگی	علاقه به شغل دوم	۳۰	۱۷/۹
	بی‌علاقه بودن به شغل اوّل	۱۸	۱۰/۷

بر اساس پاسخ نمونه مورد مطالعه درباره وضعیت مالکیت یا عضویت در یک کسب‌وکار خانگی، حدود ۶۰ درصد از زنان اظهار کردند که یا دارای واحد کسب‌وکار خانگی هستند یا به‌نحوی در یک فعالیت مشغول به کار هستند که توانسته‌اند از محلّ



گردشگری و حضور گردشگران از روستا کسب درآمد کنند. در مجموع، ۱۳۰ نفر از زنان روستایی به صورت مستقیم توانسته‌اند از حضور گردشگران درآمد کسب کنند. بررسی وضعیت درآمد سالانه نشان داد که بیشتر افراد نمونه با ۳۲/۷ درصد سهم از کل نمونه، درآمد سالانه تقریبی بین ۶۰ تا ۹۰ میلیون ریال داشته‌اند. حدود ۱۸ درصد افراد، درآمدی کمتر از ۳۰ میلیون ریال و حدود ۱۲ درصد افراد درآمدی بیش از ۹۰ میلیون ریال را تأیید کردند. در ارتباط با حوزه‌های درآمدی حاصل از گردشگری نیز، بیشترین میزان فروش و کسب درآمد مربوط به محصولات و فرآورده‌های کشاورزی با سهمی در حدود ۶۹ درصد و صنایع دستی با سهمی در حدود ۲۳ درصد است. بیشترین میزان درآمد برای زنان، مربوط به روستاهایی است که در مسیر جاده اصلی قرار دارند یا دارای جاذبه‌های طبیعی بیشتر هستند. از مجموع هشت روستای مورد مطالعه، اغلب روستاها (حدود ۷۰ درصد) در فاصله کمتر از ۲۰ کیلومتری شهر مشهد قرار داشته‌اند که این عامل باعث جذب بیشتر گردشگران و فروش محصولات شده است. به نظر ۵۷ درصد پاسخ‌دهندگان، آب‌وهوای خوب، علت اصلی حضور گردشگران در روستاست. همچنین ۲۳ درصد افراد، جاذبه‌های تاریخی و ۱۰ درصد جاذبه‌های فرهنگی را علت حضور گردشگران دانسته‌اند. از سوی دیگر، بخش اعظم پاسخ‌دهندگان مهم‌ترین دلیل رونق کم گردشگری را عدم آگاهی و تبلیغات مناسب در مناطق روستایی می‌دانند و تبلیغات میدانی و رسانه‌ای را به عنوان بهترین شیوه برای جذب گردشگر هم‌راستا با تقویت زیرساخت‌ها پیشنهاد می‌کنند.

پاسخ‌ها به پرسشی درباره دریافت تسهیلات در روستاهای هدف گردشگری نشان می‌دهد که حدود ۶۳ درصد افراد مالک یا شاغل در حوزه کسب‌وکار خانگی، از تسهیلات مربوط به اشتغال و کارآفرینی در نواحی روستایی استفاده کرده‌اند. بیشترین میزان تسهیلات دریافتی نیز بین ۵۰ تا ۷۰ میلیون ریال برای راه‌اندازی و خرید وسایل اولیه با کارمزد چهار درصد بوده است. همچنین از دید زنان کارآفرین و دارای کسب‌وکار خانگی، بیشترین میزان سرمایه لازم برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار خانگی حدود ۱۲۰ میلیون ریال و کمترین سرمایه لازم ۲۰ میلیون ریال است. در مجموع برای راه‌اندازی یک واحد کسب‌وکار خانگی، به طور میانگین ۵۰ تا ۸۰ میلیون ریال سرمایه لازم است، البته برخی از پاسخ‌دهندگان بیان کردند که ایجاد واحدهای کارآفرینی به صورت گروهی و تعاونی به دلیل تسهیم سرمایه گروهی، میزان سرمایه‌گذاری کمتری لازم دارد.

جدول (۲) اطلاعاتی درباره شرکت افراد نمونه در دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی و کسب‌وکار خانگی نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات این جدول حدود ۷۳ درصد افراد نمونه، در دوره‌های آموزشی شرکت کرده‌اند. با توجه به میانگین تعداد ساعات شرکت در کلاس‌ها، بیش از ۴۰ درصد افراد نمونه یا از آموزش بی‌بهره بوده‌اند یا کمتر از دو ساعت آموزش دیده‌اند. لذا عدم بهره‌مندی از آموزش‌های لازم در زمینه کارآفرینی، یکی از ویژگی‌های نمونه مورد بررسی است. در مجموع حدود ۹۰ درصد افراد به علت بُعد مسافت و عدم اطلاع‌رسانی دقیق، از آموزش‌های موجود بی‌بهره مانده‌اند؛ همچنین مشخص شد بیش از نیمی از دوره‌ها را سازمان جهاد کشاورزی برگزار کرده و ۹۰ درصد از دوره‌های برگزار شده به صورت رایگان بوده است.

جدول (۲) وضعیت شرکت در دوره‌های آموزشی و نهادهای مجری برگزاری دوره‌ها

متغیر	گروه‌بندی	تعداد فراوانی	درصد فراوانی
	بلی	۱۳۰	۷۳



۲۷	۳۸	خیر	وضعیت شرکت در دوره‌ها
۲۰	۳۰	کمتر از دو ساعت	ساعت شرکت در دوره‌ها
۳۰/۷	۴۰	دو تا چهار ساعت	
۲۳/۲۰	۲۵	چهار تا شش ساعت	
۱۵/۳	۲۰	بیشتر از شش ساعت	
۱۱/۶	۱۵	بدون پاسخ	
۴۸	۱۸	ناآگاهی از زمان برگزاری	دلایل عدم شرکت در دوره‌ها
۴۰	۱۲	فاصله زیاد تا محل برگزاری کلاس	
۷	۵	نداشتن سواد کافی برای شرکت	
۵	۳	سایر	
۵۶	۷۵	جهاد کشاورزی	سازمان مجری دوره
۲۷	۲۵	بسیج زنان	
۱۲	۲۰	سازمان فنی و حرفه‌ای	
۵	۱۰	سازمان‌های خصوصی و مردم‌نهاد	

برای اولویت‌بندی مؤلفه‌های اثرگذار بر کارآفرینی و کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای هدف گردشگری از دیدگاه زنان روستایی فعال در این حوزه، ابتدا مؤلفه‌های مورد بررسی به سه دسته: مؤلفه‌های اقتصادی، حمایتی، و فرهنگی و انگیزشی تقسیم شدند، سپس گویه‌های مرتبط با هر مؤلفه بر اساس ضریب تغییرات، اولویت‌بندی شدند. برای به‌دست آوردن ضریب تغییرات می‌توان از نسبت انحراف معیار به میانگین استفاده کرد و هر چه مقدار این شاخص، کوچک‌تر باشد، گویه مورد نظر اولویت بیشتری دارد. نتایج این اولویت‌بندی در جدول (۳) مشاهده می‌شود.

جدول (۳) مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی روستایی

الویت	مؤلفه‌های اقتصادی	انحراف معیار	میانگین	ضریب تغییرات
۱-	ایجاد بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی	۰/۵۷۹	۳/۵۶	۰/۱۶۲



۲-	قدرت بازپرداخت تسهیلات	۰/۶۰۱	۳/۳۸	۰/۱۷۷
۳-	وجود تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران	۰/۶۲۵	۳/۳۹	۰/۱۸۴
۴-	وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی- خدماتی مرتبط با گردشگری در نزد مردم	۰/۶۲۴	۳/۲۸	۰/۱۹۰
الویت	مؤلفه‌های حمایتی	انحراف معیار	میانگین	ضریب تغییرات
۱-	تسهیلات ویژه از قبیل وام‌های کم‌بهره	۰/۶۰۱	۳/۵۶	۰/۱۶۸
۲-	حمایت ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی از توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری	۰/۶۰۱	۳/۴۴	۰/۱۷۴
۳	دسترسی به وام برای توسعه واحدهای کارآفرینی و کسب‌وکار	۰/۶۵۹	۳/۴۳	۰/۱۹۲
۴-	برگزاری جشنواره‌های بومی محلی	۰/۷۰۲	۳/۴۰	۰/۲۰۶
۵-	ایجاد بازارهای هفتگی و دائمی در مناطق روستایی	۰/۶۵۴	۳/۱۱	۰/۲۱۰
۶-	اعتقاد مردم به توسعه فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری به‌صورت محلی	۰/۶۷۸	۳/۹۳	۰/۲۳۱
الویت	مؤلفه‌های فرهنگی و انگیزشی	انحراف معیار	میانگین	ضریب تغییرات
۱-	آموزش‌های لازم به زنان متقاضی کسب‌وکار	۰/۵۳۷	۳/۱۶	۰/۱۶۹
۲-	دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی- خدماتی مرتبط با گردشگری	۰/۶۵۷	۳/۴۱	۰/۱۹۲
۳-	آشنایی کافی مردم با قوانین و مقررات راه‌اندازی فعالیت تولیدی- خدماتی مرتبط با گردشگری	۰/۶۴۴	۳/۳۱	۰/۱۹۴
۴-	علاقه‌مندی به تشکیل شبکه تولیدی محلی در سطح روستا	۰/۶۶۴	۳/۳۴	۰/۱۹۸
۵-	ترجیح افراد به اداره کردن یک شبکه تولیدی خانوادگی	۰/۶۶۱	۳/۲۷	۰/۲۰۲
۶-	وجود فرهنگ مناسب در بین مردم برای پذیرش گردشگران	۰/۶۳۶	۳/۱۱	۰/۲۰۴
۷-	فقدان هرگونه تنش خاص در روستاها به‌هنگام حضور گردشگران	۰/۶۷۱	۳/۲۰	۰/۲۰۹

همان‌گونه که جدول (۳) نشان می‌دهد، از نظر زنان روستایی شاغل در کسب‌وکارهای خانگی، مهم‌ترین عوامل اقتصادی مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانگی و رونق گردشگری معطوف به ایجاد یک بازار مناسب برای عرضه محصولات، داشتن قدرت بازپرداخت و در نتیجه، استفاده از تسهیلات و وجود تقاضا برای محصولات تولیدی از سوی گردشگران است. به بیان دیگر می‌توان گفت مهم‌ترین پیش‌نیاز کسب‌وکار، وجود مکانی مناسب برای فروش محصولات است. مکانی که زمینه حضور و



توجه گردشگران را به محصولات تولیدی زنان کارآفرین روستایی فراهم آورد و برای این محصولات تقاضا ایجاد کند؛ همچنین با افزایش درآمد حاصل از فروش محصولات و افزایش قدرت بازپرداخت، زمینه برخورداری از تسهیلات کارآفرینی را فراهم کند.

اولویت‌بندی مؤلفه‌های حمایتی نشان می‌دهد که اعطای تسهیلات ویژه از قبیل وام‌های کم‌بهره، اثرگذارترین عامل در توسعه کسب‌وکار خانگی از دیدگاه افراد نمونه است. در میان مؤلفه‌های فرهنگی و انگیزشی نیز، برگزاری دوره‌هایی که آموزش‌های لازم برای ایجاد و حفظ یک کسب‌وکار را به زنان متقاضی اشتغال در کسب‌وکارهای خانگی را بدهد، اولویت نخست را دارد.

نتایج مطالعه نشان می‌دهد که در میان همه مؤلفه‌های اثرگذار، وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری در نزد مردم در میان مؤلفه‌های اقتصادی، اعتقاد مردم به توسعه فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری به‌صورت محلی در میان مؤلفه‌های حمایتی و فقدان هرگونه تنش خاص در روستاها به‌هنگام حضور گردشگران در میان مؤلفه‌های فرهنگی و انگیزشی، کمترین اهمیت را از نظر پاسخ‌دهندگان داشته‌اند. چنین به‌نظر می‌رسد که از دیدگاه زنان شاغل یا دارای کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان مشهد، آنچه در توان و حوزه اختیارات ایشان برای موفقیت و توسعه یک کسب‌وکار لازم بوده، به انجام رسیده است و برای بهبود شرایط و توسعه کسب‌وکار و جذب گردشگران، یاری و حمایت بیشتر دستگاه‌های دولتی یا سازمان‌های اجرایی مرتبط را می‌طلبند، البته تلاش‌های نهادهای ذی‌ربط در برگزاری دوره‌های آموزشی رایگان، اعطای تسهیلات کم‌بهره و بهبود زیرساخت‌های لازم که تا کنون در روستاهای هدف گردشگری انجام شده است، به حفظ و توسعه کسب‌وکارهای زنان روستایی کمک شایانی کرده، اما این حمایت‌ها از دیدگاه ایشان کافی نبوده است.

۴- نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف بررسی مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان در روستاهای هدف گردشگری شهرستان مشهد انجام شد. نتایج نشان داد که بیش از نیمی از افراد نمونه مورد مطالعه از تسهیلات کم‌بهره مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی استفاده کرده‌اند و از حدود ۴-۲ ساعت دوره‌های آموزشی مرتبط با کسب‌وکار خود بهره برده‌اند. افرادی که در دوره‌های آموزشی شرکت نکرده‌اند، بعد مسافت و ناآگاهی درباره برگزاری دوره‌ها را از دلایل حضور نداشتن خود در دوره‌ها بیان کرده‌اند. اکثر افراد مورد مطالعه معتقدند که با سرمایه‌ای در حدود ۸۰-۵۰ میلیون ریال (در شرایط اقتصادی سال ۱۳۹۷) می‌توان یک کسب‌وکار خانگی روستایی راه‌اندازی کرد. از دیدگاه زنان روستایی، مهم‌ترین مؤلفه اقتصادی در توسعه کسب‌وکارهای خانگی و رونق گردشگری، توجه به ایجاد یک بازار مناسب برای عرضه محصولات است. افراد نمونه مورد بررسی، تخصیص تسهیلات با نرخ بهره کم در میان مؤلفه‌های حمایتی و برگزاری دوره‌های آموزشی در میان مؤلفه‌های فرهنگی و انگیزشی را مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی دانسته‌اند. با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادها زیر برای رونق و توسعه کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان مشهد ارائه می‌شود:



- نظر به اهمیت وجود بازار و تقاضا برای محصولات تولیدشده زنان روستایی، پیشنهاد می شود زیرساخت های ایجاد بازارچه های دائمی و فصلی برای نمایش و عرضه محصولات روستا فراهم شود.
- با توجه به مبالغ اندک مورد نیاز برای ایجاد یا توسعه کسب و کارهای خانگی، همچنین از آنجا که زنان کارآفرین، ساکن، مالک و در محیط روستا شناخته شده هستند، امکان اعطای تسهیلات کم بهره به زنان کارآفرین و تسهیل شرایط دریافت اعتبارات بانکی به خصوص در ارتباط با دریافت وثیقه و ضمانت های پشتیبان وام مورد بررسی قرار گیرد.
- با توجه به علاقه زنان دارای کسب و کار خانگی به شرکت در دوره های آموزشی پیشنهاد می شود، تعداد و مدت زمان دوره ها افزایش یابد و برای استفاده حداکثری از ظرفیت های ایجاد شده، برنامه ریزی دوره ها به گونه ای صورت گیرد که کلاس ها در محل روستا یا روستاهای همجوار تشکیل شود و اطلاع رسانی درباره زمان و مکان و موضوع به صورت محلی انجام شود. همچنین از آنجا که تولید و فروش فرآورده های کشاورزی، مهم ترین منبع درآمدی این کسب و کارها بوده است، بهتر است آموزش ها در راستای ارائه دانش روز و مرتبط با عرضه محصولات متنوع و بهداشتی تری متناسب با سلیقه و علایق گردشگران باشد.
- از آنجا که نمونه مورد مطالعه، اهمیت کمتری برای اثرگذاری مؤلفه های اقتصادی، حمایتی و فرهنگی مرتبط با خود روستاییان و محیط روستا بر توسعه و رونق کسب و کارها قائل شده اند، پیشنهاد می شود همراه با دوره های آموزشی مرتبط با راه اندازی و اداره یک کسب و کار خانگی و افزایش مهارت های شغلی، دوره های آموزشی با محوریت راهکارهای ایجاد ظرفیت های لازم برای توسعه و رونق کسب و کار به وسیله خود روستاییان و صاحبان و شاغلان در کسب و کارهای خانگی برگزار شود.



۵- مراجع

- احسانی فر، ت؛ شاهمرادی، م؛ شهبازی، س؛ رستمی، ف. و علی بیگی، الف، (۱۳۹۷)، تحلیل کیفی چالش‌های گردشگری روستایی استان کرمانشاه. پژوهش‌های روستایی، (۳۱-۱۵)
- خواجه شاهکویی، ع؛ خوش‌فر، غ؛ و کریمی، ل، (۱۳۸۸)، نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی (مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۳): ۱۰۶-۱۲۵.
- رستمی، ف؛ و احسانی فر، ت، (۱۳۹۷)، پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی. کارآفرینی در کشاورزی، ۵(۲): ۷۱-۸۲.
- رضوانی، م، (۱۳۸۷)، نگرشی بر نظام برنامه‌ریزی در ایران، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۱: ۶۰-۳۹.
- رنجبر، م، و استعلاجی، ع، (۱۳۹۶)، بررسی نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی مطالعه موردی (روستای شیب دراز و برکه خلف). گردشگری و چشم انداز آینده، ۴(۳): ۹۷-۱۱۲.
- سامانی قطب‌آبادی، س؛ بذرافشان، م؛ ترابی فارسانی، ن، و شفيعی، ز، (۱۳۹۶)، فرصت‌های کسب‌وکار حاصل از گردشگری کشاورزی (مورد پژوهی: شهرستان جهرم). کارآفرینی در کشاورزی. ۴(۴): ۱۰۰-۱۱۲.
- شریف‌زاده، الف، (۱۳۸۱)، توسعه پایدار توریسم روستایی، جهاد. شماره ۲: ۴۳-۱۰.
- عاشری، الف؛ و کیانی نصرتی، م، (۱۳۹۲)، نگاهی به مطالعات گردشگری روستایی در ایران در یک رویکرد فراتحلیل. اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، ۳۰ آبان ۱۳۹۲.
- عبدالله زاده، ع، (۱۳۹۲)، اولویت‌بندی قطب‌های گردشگری و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری منطقه‌ای با استفاده از تکنیک TOPSIS و SWOT مطالعه موردی: استان کرمانشاه. دوفصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۴(۷): ۲۳-۴۶.
- فرهمند، ج، (۱۳۹۳)، نقش گردشگری در توسعه پایدار روستایی شهرستان کامیاران (مطالعه موردی: روستای گاوشان)، همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم انداز آینده، اصفهان، ۱۰ بهمن ۱۳۹۳.
- مطیعی لنگرودی، س. ح؛ و نصرتی، م، (۱۳۹۰)، امکان‌سنجی گردشگری روستایی در کرگانرود شهرستان تالش. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۴۱(۱): ۳۰-۷.
- معاونت آمار و فناوری اطلاعات، ۱۳۹۵، گزارش عملکرد پنج‌ساله وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وضعیت کسب‌وکارهای خانگی.
- منشی‌زاده، ر، (۱۳۸۰)، اندر مقوله گردشگری، انتشارات پیام مولف.
- نجفی اصل، ز، (۱۳۹۳)، بهره‌گیری از روش تحقیق آمیخته در پروژه‌های توسعه روستایی (توریسم روستایی). توسعه محلی (روستائی-شهری)، ۱(۶): ۱۴۷-۱۶۶.



- نجفی کانی، ع؛ و عسگری، الف، (۱۳۹۳)، بررسی چالش‌ها و فرصت‌ها، فراروی توسعه گردشگری مطالعه موردی: روستای زیارت از توابع استان گلستان. اولین همایش ملی گردشگری، درآمد و فرصت. همدان. ۳۰ شهریور ۱۳۹۳.

- Araham, Dowan, (2001). Promoting Women Entrepreneurship Development Based on Good Practice Programmes: Some Experience From the North to the South. ILO S in Focus Programme, Working paper, 9: 79
- Clare J. A. Mitchell, Meghan Shannon (2018). Exploring cultural heritage tourism in rural Newfoundland through the lens of the evolutionary economic geographer. Journal of Rural Studies, Volume 59, April 2018, Pages 21-34.
- Ming Ming Su, Geoffrey Wall, Yanan Wang, Min Jin (2019). Livelihood sustainability in a rural tourism destination - Hetu Town, Anhui Province, China. Tourism Management, Volume 71, April 2019, Pages 272-281