



<http://doi.org/10.22133/TLJ.2024.433152.1142>

Evaluation of the application of community-oriented tourism on the empowerment of rural women

Ahmad Hajarian

Post PhD in Geography and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Article Info

Abstract

Original Article

Received:
30-12-2023

Accepted:
04-02-2024

Keywords:
Community-Oriented
Tourism
Rural Development
Empowerment
Rural Areas
Isfahan Province

Tourism as a service sector and a branch of sustainable development, has the potential to empower communities. Empowerment is specific to vulnerable groups in society who are socially excluded. Development theorists consider empowerment as an effective strategy in reducing gender inequalities in capacities, access to resources and opportunities, and the way to sustainable development. Tourism development can play an important role in empowering women by increasing the power of women and their control over resources. The purpose of this research is to evaluate the role of community-oriented tourism in the economic, social and cultural empowerment of women in the villages of Isfahan province. In this regard, in the present applied research, which was carried out with a descriptive-analytical method, the empowerment status of rural women was measured by collecting data. The statistical population of rural women of Isfahan province is $N = 317163$. The number of samples was selected based on Cochran's formula of 384 people and then their analysis was done with inferential tests (chi-square, one-sample t-test, path analysis). was done. The obtained results showed that according to the obtained average of $3/42$, it can be said that the state of empowerment is at a satisfactory level. Meanwhile, the average of the economic dimension with an average of 38 The social dimension was calculated with an average of $3/45$, cultural factors were calculated as $3/43$. The theoretical perspective of the research and the results of the statistical analysis used in this research showed that the development of tourism in the economic, social and then cultural empowerment of women in the villages of Isfahan province.

***Corresponding author**
e-mail: a.hajarian@ltr.ui.ac.ir

How to Cite:

Hajarian, A. (2024). Evaluation of the application of community-oriented tourism on the empowerment of rural women. *Tourism and Leisure Time Journal*, 8(16), 273-296.

Published by University of Science and Culture <https://www.usc.ac.ir>
Online ISSN: 2783-3836

1. Introduction

The villages of Isfahan province witness the growth and development of tourism day by day due to the existence of various natural and human attractions and potentials for spending leisure time. This activity has grown so much in these villages that it has become intertwined with the lives of local residents and has shown itself as an important phenomenon. Based on this, this research has been compiled in order to answer this important question: what role did rural community-oriented tourism play in increasing the social, economic and cultural empowerment of women in Isfahan province?

2. Literature Review

The report on the global gender gap 2021 published by the World Economic Forum on March 31 shows that Iran ranks 150 among 156 countries with an index of 0.582. This rank is down two places compared to 2020 and 8 places compared to 2019. The 2021 World Report has placed Iran among "countries with the largest economic gender gap". The global gender gap report 2021 shows that "low levels of women's participation in the workforce is an important factor for economic non-participation (World Economic Forum, 2021) therefore, the issue of empowerment in the framework of sustainable development and sustainable tourism is proposed as an approach that can provide the means of empowering half of the population, especially women in Iran. Based on this and the above conceptual model, the role of community-oriented tourism on the economic, social and cultural empowerment of women in the regions of Isfahan province is evaluated.

3. Methodology

The present research is practical in terms of its purpose, and in terms of method, it has been carried out using a descriptive-analytical method. In this research, to explain and justify the reasons, there was a need for a strong argumentative support, this support was provided by searching in theoretical topics. Due to the fact that questions were raised at first and then the researcher tried to answer them by sampling, the qualitative method was used. The method of collecting information in the present research has been considered in both library and field forms (through questionnaire, interview and observation), in order to determine the formal and content validity of the questionnaire, after preparing it, an initial control on the questions of the questionnaire. , it was done by professors and related experts and meaningless and irrelevant questions were removed. In the following, by conducting a pre-test and distributing 30 questionnaires among the respondents and then checking them again, the questions that were directional, unclear, unanswered or associated with few respondents were removed and corrected. Also, in order to determine the reliability of the questionnaires, the value of Cronbach's alpha coefficient was taken into consideration, and its calculation showed an acceptable value of 0.79, thus stating that the questionnaires have the necessary reliability and the answers of the respondents have convergence. and internal correlation.

4. Results

According to the results obtained in the social dimension, it can be stated that tourism has significant economic effects in empowering women in the studied areas and the villages of Isfahan province have good economic and tourism capacities, which in case of attention and planning It is effective and efficient in empowering the local beneficiaries and it will be effective in reducing poverty and developing the village. The evaluation of the indicators indicates that the index of participation in improving social cohesion with an average of 3.78 has had the most impact on the social dimension. By examining other related indicators such as interest in education, increasing group participation, we conclude that With the growth of tourism, the desire to stay in the village and preserve the culture and traditions of the village has increased, and nowadays the revival of cultural and native traditions as an attraction to attract tourists is the attention of the villagers. Indicators that community-oriented tourism pays attention to and is emphasized.

5. Conclusion

As the findings of the research show, in the economic aspect, community-oriented tourism has brought positive effects in the economic empowerment of rural women. The greatest economic impact of tourism has been related to the index of increasing job opportunities for women. Other effects of tourism in the village include increasing

income, improving the quality of life, increasing the demand for new goods, quality of income and wealth, increasing the purchase of property by women, creating suitable local markets, increasing economic exchanges, selling handicrafts, building houses. He mentioned ecotourism. With the boom in tourism, service activities in the village have increased, especially young people have shown more interest in these jobs, and the desire of women to work in the agricultural sector has decreased. With the arrival of tourists and the desire of women to work in the tourism sector, the demand for local foods, dairy products has increased due to the demand of tourists, many people have been employed in this sector. According to the obtained results, it can be stated that tourism has had significant economic effects in empowering women in the studied areas. Also, the statistical analysis used in this research showed that the development and prosperity of tourism plays a significant role in the social empowerment of the residents of the villages of the study area. So that the results of the T-Tech test show an example that the index of increasing the sense of belonging to a place has been in the social dimension. By examining other related indicators such as interest in education, increasing group participation, we conclude that with the growth of tourism. The desire to stay in the village and preserve rural culture and traditions has increased, and nowadays the revival of cultural and native traditions is an attraction for attracting tourists.



گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/TLJ.2024.433152.1142>

ارزیابی کاربست گردشگری جامعه‌محور در توانمندسازی زنان روستایی

احمد حجاریان ^{ID}

پسا دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
مقاله پژوهشی	گردشگری به‌منزله بخشی خدماتی و شاخه‌ای از توسعه پایدار، پتانسیل توانمندسازی جوامع را دارد. توانمندسازی مختص گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه است که دچار طرد اجتماعی هستند. نظریه‌پردازان توسعه توانمندسازی را راهبردی مؤثر در کاهش نابرابری‌های جنسیتی در ظرفیت‌ها، دسترسی به منابع و فرصت‌ها و راه رسیدن به توسعه پایدار می‌دانند. توسعه گردشگری با افزایش قدرت زنان و کنترل آن‌ها بر منابع، نقش مهمی در توانمندسازی زنان دارد. هدف این پژوهش ارزیابی نقش گردشگری اجتماع‌محور در توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان روستاهای استان اصفهان است. در این راستا نیز در پژوهش کاربردی حاضر، که با روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است، وضعیت توانمندسازی زنان روستایی با جمع‌آوری داده‌ها آزمون شده است. جامعه آماری را زنان روستایی استان اصفهان ($N=317163$) تشکیل می‌دهند. تعداد نمونه براساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر انتخاب شدند و سپس تجزیه و تحلیل آن‌ها با آزمون‌های استنباطی (خی دو، تی تک‌نمونه‌ای، تحلیل مسیر) انجام شد. نتایج نشان دادند که با توجه به میانگین به‌دست آمده برابر ۳/۴۲، وضعیت توانمندسازی در سطح مطلوبی قرار دارد. در این میان، بعد اقتصادی با میانگین ۳/۳۸، بعد اجتماعی با میانگین ۳/۴۵، عوامل فرهنگی با میانگین ۳/۴۳ محاسبه شدند. دیدگاه نظری تحقیق و نتایج تحلیل‌های آماری به‌کاررفته در این پژوهش، نشان دادند که توسعه گردشگری در توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان روستاهای استان اصفهان مؤثر است.
واژگان کلیدی: گردشگری اجتماع‌محور توسعه روستایی توانمندسازی نواحی روستایی استان اصفهان	
*نویسنده مسئول رایانامه: a.hajarian@ltr.ui.ac.ir	
نحوه استناددهی: حجاریان، احمد (۱۴۰۲). ارزیابی کاربست گردشگری جامعه‌محور در توانمندسازی زنان روستایی. گردشگری و اوقات فراغت، ۸(۱۶)، ۲۷۳-۲۹۶.	
ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ https://www.usc.ac.ir شاپای الکترونیکی: ۲۷۸۳-۳۸۳۶	

امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین صنایع خدماتی جهان از لحاظ درآمدزایی تبدیل شده است و بسیاری از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان آن را رکن اصلی توسعه پایدار می‌دانند (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۶). بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه از صنعت گردشگری به منزله یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند و بر این باورند که گردشگری به منزله موضوعی چندارزشی از راهکارهای مهم نیل به توسعه پایدار به‌شمار می‌رود (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳).

نقش و جایگاه گردشگری در دنیای اقتصادمحور کنونی، موجب شد که بسیاری از جنبه‌های زیستی و تصمیم‌گیری دولتی نیز همسو با موضوع گردشگری تغییر یابد. اگر گردشگری روستایی بتواند نقش‌های محوله توسعه پایدار را به خوبی ایفا کند، خالق و محرک حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی - پایداری جوامع محلی در تمامی زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و اکولوژیکی و همچنین خود صنعت گردشگری خواهد بود. از آنجاکه الگوهای برنامه‌ریزی توسعه متناسب با ارزش‌ها، هنجارها و ویژگی نظام اجتماعی - اقتصادی و سیاسی هر جامعه‌ای طراحی می‌شود، برای جهت‌یابی برنامه‌ریزی توسعه روستایی - شهری به سمت پایداری اجتماعی و اقتصادی و فرایند توسعه پایدار، توجه به مقوله توانمندسازی ذی‌نفعان محلی در فرایند انجام و عمل برنامه‌ریزی از مهم‌ترین مقوله‌هایی است که همواره صاحب‌نظران توسعه در دهه‌های اخیر بر آن تأکید کرده‌اند.

شناخت رابطه توسعه گردشگری و توانمندی اجتماعی مؤلفه مهمی برای طرح راهکارها در راستای توسعه این فعالیت و ارتقای توانمندسازی اجتماعی در نواحی روستایی به‌شمار می‌آید. این موضوع از آن‌رو اهمیت بیشتری می‌یابد که برخی پژوهشگران، توسعه را معادل مشارکت می‌دانند و معتقدند شهروندانی می‌توانند در امور مختلف جامعه مشارکت داشته باشند که به لحاظ اجتماعی ظرفیت^۱، قابلیت^۲ و توانمندی لازم را نیز دارا باشند (حسن‌پور، ۱۳۹۱). امروزه توانمندسازی به یکی از مسائل اساسی توسعه پایدار تبدیل شده است. گردشگری به مثابه یک بخش خدماتی و شاخه‌ای از توسعه پایدار، پتانسیل توانمندسازی جوامع را دارد. توانمندسازی مختص گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه است که دچار طرد اجتماعی هستند؛ یعنی به روش‌های مختلف از مشارکت کامل در جامعه بزرگ‌تر محروم شده‌اند. برپایه مطالعات انجام‌شده، زنان قشر آسیب‌پذیر و از حاشیه‌ای‌ترین گروه‌های اجتماعی به‌شمار می‌روند که عموماً فاقد قدرت کنترل منابع و دسترسی به فرصت‌ها و موقعیت‌های برابرند. توسعه گردشگری با افزایش قدرت زنان و کنترل آن‌ها بر منابع، نقش مهمی در توانمندسازی زنان ایفا می‌کند. مشارکت زنان در گردشگری، مزایایی از جمله توسعه اقتصادی در مناطق حاشیه‌ای، استفاده پایدار از منابع طبیعی و افزایش کنترل افراد محلی بر توسعه را به همراه دارد (خواجه شاهکویی و همکاران، ۱۳۹۱).

گردشگری روستایی در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع‌بخشی به اقتصاد، ایجاد فرصت‌های شغلی، ارتقای استانداردهای زندگی مردم روستایی نقش مهمی ایفا می‌کند و گستره‌ای از فعالیت را برای مشارکت زنان فراهم می‌نماید. توانمندسازی بسته به ساختار قدرتی به صورت مولد (مشارکت منفعلانه) یا نامولد (مشارکت فعالانه) بروز کند؛ به طوری که نابرابری در توزیع قدرت، سبب بی‌تعادلی در اظهارنظر و عقاید حوزه‌های دخیل در فرایند مدیریت و برنامه‌ریزی می‌شود؛ به طوری که تغییر در ساختار قدرت به منظور توانمندسازی همه‌جانبه اجتماعات محلی خوداتکایی آن‌ها را برای مدیریت محلی تضمین می‌کند (Giampiccoli & Mtapuri, 2017).

زنان به منزله نیمی از جمعیت جهان، نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق مختلف، به ویژه روستاها برعهده دارند. رشد و توسعه جریان گردشگری طی چند دهه اخیر، در مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه، جایگاه زنان را از حاشیه به متن ارتقا بخشیده است. گردشگری به طور چشمگیری جایگاه و نقش زنان روستایی در کشور را بهبود بخشیده است.

1. Capacity
2. Ability

مادامی که زنان روستایی، با وجود نقش مهمی که در چرخه اقتصاد خانوار و جامعه دارند، نتوانند از طریق عواملی مانند آموزش، کسب درآمد، مالکیت بر منابع و امکان پس انداز کردن به سطحی از توسعه فردی دست یابند که به آن‌ها امکان انتخاب براساس خواست‌هایشان داده شود و تازمانی که زمینه‌های امکان گسترش توانایی‌هایشان به وجود نیامده است و به درجه‌ای از توانمندسازی به منظور تدارک و تسلط بیشتر بر منابع و کسب منافع در راستای کسب خوداتکایی قابل قبول و مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها نائل نشوند، در جوامع روستایی نخواهند توانست به جایگاهی درخور منزلت انسانی دست یابند (امینی و احمدی، ۱۳۸۸).

زمانی که برنامه‌ریزی در مناطق روستایی با تغییر رویکرد از نگاه از بالا به پایین به نگاه از پایین به بالا و در واقع تبدیل نظام مدیریتی متمرکز به نامتمرکز همراه باشد، به توانمندسازی روستاییان توجه خواهد شد و در پی آن، مشارکت واقعی تمامی ذی‌نفعان را به همراه خواهد داشت. مشارکت واقعی و فعال جوامع محلی تحولات کالبدی سکونت‌گاه‌های روستایی و توسعه پایدار را موجب می‌شود (Zasada, 2017). روستاهای استان اصفهان به سبب وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های مختلف طبیعی و انسانی برای گذران اوقات فراغت، روزبه‌روز شاهد رشد و توسعه گردشگری است. این فعالیت در این روستاها چنان رشد کرده که با زندگی ساکنان محلی عجین شده و خود را به منزله پدیده‌ای مهم نشان داده است. بر همین اساس، این پژوهش در راستای پاسخ به این سؤال مهم تدوین یافته است که گردشگری اجتماع‌محور روستایی چه نقشی در افزایش توانمندسازی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زنان استان اصفهان داشته است؟

مرور پیشینه

به موازات توسعه گردشگری، مطالعات متعددی در حوزه گردشگری انجام شده است؛ از جمله در زمینه نقش گردشگری در توسعه روستایی و مباحث کلی گردشگری که برای تحقیقات بین‌رشته‌ای مطالعات مؤثری بوده است. بر مبحث نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی زنان در دو دهه اخیر بیشتر توجه و تأکید شده و به شکل موردی هم مطالعاتی در حوزه داخلی و خارجی انجام شده است؛ اما با این عنوان و در محدوده مطالعه‌شده که به نقش گردشگری در توانمندسازی زنان در ابعاد مختلف بپردازد تاکنون مطالعه‌ای انجام نشده است. در اینجا به برخی از مطالعات انجام‌شده در این زمینه اشاره خواهد شد.

جدول ۱: مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

محقق	عنوان تحقیق	یافته‌های تحقیق
امامی و همکاران (۱۴۰۰)	تبیین نقش مؤلفه‌های مؤثر در توسعه گردشگری اجتماع‌محور (مطالعه موردی: روستاهای استان گیلان)	به بررسی نقش متغیرهای کلان توسعه بر گردشگری روستایی اجتماع‌محور در استان گیلان پرداخته است. براساس نتایج تحقیق، چهار شاخص اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و مدیریتی به ترتیب بیشترین تأثیر را در شاخص توسعه گردشگری اجتماع‌محور می‌گذارند.
فلاحی و همکاران (۱۴۰۱)	شناسایی و اولویت‌بندی مهم‌ترین موانع فرهنگی گردشگری اجتماع‌محور در ایران	براساس یافته‌های پژوهش حاضر، از چالش‌های فرهنگی مربوط به گردشگری اجتماع‌محور، ناکارآمدی رسانه‌های جمعی و فقدان حس تعلق، بیشترین تأثیرگذاری و بی‌اعتمادی و تعاملات محدود، ابهام و بی‌علاقگی افراد به ترتیب بیشترین تعامل با دیگر چالش‌ها را داشته‌اند.
ورمزیاری و همکاران (۱۴۰۲)	تحلیل مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع‌محور در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: شهرستان‌های میروان و سروآباد	یافته‌ها نشان دادند به ترتیب مؤلفه‌های شمول‌گرایی و شبکه‌سازی افقی، توانمندسازی و تقویت زیرساخت‌ها، نوآوری باز و تقاضا‌محوری، حفظ اصالت محلی و نیز انتفاع و مشارکت عادلانه از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع‌محور در نواحی روستایی به‌شمار می‌روند.

حجاریان / ارزیابی کاربست گردشگری جامعه‌محور در توانمندسازی زنان روستایی

محقق	عنوان تحقیق	یافته‌های تحقیق
غنیان و همکارانش (۱۳۹۸)	عنوان تحلیل ابعاد روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌میزبان	نتایج بیانگر شکل‌گیری ساختاری بومی در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری است که امروز در جهان تحت عنوان گردشگری کارآفرین شناخته می‌شود. در این خصوص، دلایل موافقت با حضور پاسخ‌دهندگان، مردان عمدتاً بر دلایل اقتصادی تأکید داشتند و زنان بر دلایل غیراقتصادی. درباره انگیزه مشارکت، زنان بیشتر با انگیزه تنوع‌بخشی و استقلال‌طلبی و مردان با اولویت انگیزه مشارکت مدنی در برنامه‌های گردشگری مشارکت کردند و انگیزه مردان در تمامی موارد بیش از زنان بوده است. درباره تغییر نقش‌های اجتماعی بر اثر توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری، زنان مهم‌ترین تغییر در فعالیت‌ها و نقش خود را کاهش حضور در مزارع کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با مزرعه دانستند و ابراز کردند که در سال‌های اخیر، بیشتر در منزل و به کارهایی مانند صنایع دستی و تهیه غذاهای محلی برای پاسخ‌دهندگان، مشارکت در اداره مغازه‌های کوچک خانگی و پذیرایی از گردشگران مشغول بوده‌اند.
شفیعی ثابت و هراتی فرد (۱۳۹۸)	توانمندسازی ذی‌نفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی تأثیرات ادراک‌شده از گردشگری	به بررسی و واکاوی موضوع توانمندسازی ذی‌نفعان محلی در گردشگری و توسعه پایدار پرداخته است و نتیجه می‌گیرد که توانمندسازی ذی‌نفعان محلی به مشارکت فعال آنان در گردشگری و هدایت طرح و برنامه‌های گردشگری منجر می‌شود؛ چراکه این فرایند مانند بسیاری از فرایندهای اجتماعی تدریجی اما تأثیرگذار است.
ضرغام بروجنی و بذرافشان (۱۳۹۵)	میزان موفقیت توسعه گردشگری جامعه‌محور روستایی از دید جامعه محلی در روستای آسیاب سر، شهرستان بهشهر	گردشگری جامعه‌محور در جست‌وجوی ایجاد منافع اقتصادی برای جامعه محلی، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگ محلی، بهبود کیفیت زندگی و توانمندسازی جامعه محلی به منظور رفع نیازهای نسل‌های حال و آینده است که باوجود مزایای بسیار این نوع از گردشگری، به‌خصوص در کشورهای درحال توسعه، اجرای آن در عمل با مشکلاتی همراه است
Zielinsk et al (2020)	چرا گردشگری جامع‌محور و گردشگری روستایی در کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه عملکرد متفاوتی دارد؟	بسیاری از راهبردهای گردش‌محوری که در کشورهای درحال توسعه در دست اجرا هستند معمولاً به‌صورت پروژه‌محور و تجربه کشورهای توسعه‌یافته است، اما اینکه تا چه میزان می‌توانند موفق باشند نیاز به مطالعه دارند؛ زیرا منابع مالی گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته از طریق ابتکارات شخصی تأمین می‌شوند؛ درحالی‌که در کشورهای درحال توسعه مردم محلی توان مالی و ظرفیت‌های محدودی دارند.
Anwar & Hamilton (2015)	بررسی آینده گردشگری در سال ۲۰۲۰	به بررسی آینده گردشگری در سال ۲۰۲۰ پرداخته و پنج عامل اصلی انسانی، جغرافیایی، اقتصادی و فناوری و محیط زیست را در آینده صنعت گردشگری مؤثر دانسته است؛ بنابراین مدیران آینده گردشگری باید راهبردهای جدیدی اتخاذ کنند که از جمله در صنعت فناوری موضوع گردشگری مجازی مطرح خواهد شد؛ بنابراین ترکیب ایده جدید و اتخاذ راهبردهای بازاریابی در موفقیت آینده صنعت گردشگری بسیار اثرگذار است.
Tolkach & King (2015)	مسائل مدیریتی و سازمانی مرتبط با گردشگری جامعه‌محور روستایی	برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش، ادراک ذی‌نفعان را بررسی کرده است. ذی‌نفعان این نوع از گردشگری را فرصتی مناسب برای منفعت‌بردن جامعه می‌دانستند. باوجود این، به مشکلات آن نیز آگاه بودند. از نظر آن‌ها، مشکلات عبارت بودند از: کمبود مهارت و دانش جامعه محلی در ارتباط با گردشگری و حمایت‌نکردن مستمر از آن‌ها. طبق نتایج این پژوهش، موفقیت بالقوه توسعه CBT به منبع و شرایط تأمین بودجه و نیز توانایی تیم مدیریتی بستگی دارد.
Jackson (2010)	گردشگری و پتانسیل توانمندکردن زنان محلی برای داشتن کنترل بیشتر بر زندگی خود	نتایج نشان دادند که توسعه گردشگری در نقش و روابط جنسیتی، به‌ویژه در میان افراد محلی از طبقات اجتماعی و اقتصادی پایین جامعه، تأثیرگذار است. گرچه تغییرات جزئی است، برای زنانی که در بخش غیررسمی، خوداشتغال و به‌لحاظ اقتصادی، مستقل شده‌اند، این تغییرات شایان توجه است. یافته‌ها نشان دادند که گردشگری فرصت‌های جدیدی برای اشتغال زنان و مردان در بخش‌های رسمی و غیررسمی فراهم می‌کند.
Ong Siaw Thien (2009)	عنوان توانمندسازی زنان از طریق گردشگری از رویکرد کارآفرینی اجتماعی با هدف کمک به پروژه بزرگ‌تر زیر نظر سازمان جهانی جهانگردی در توانمندسازی زنان در گردشگری	این تحقیق توانمندسازی زنان از طریق گردشگری را از رویکرد کارآفرینی اجتماعی بررسی می‌کند. نتایج نشان می‌دهند چگونه زنان از طریق گردشگری، اعتمادبه‌نفس پیدا می‌کنند و با بالابردن دانش و آگاهی خود، قدرت کسب می‌کنند و در نتیجه به توسعه خود، خانواده و جامعه کمک می‌کنند. تحقیق همچنین اهمیت عامل کارآفرینی اجتماعی را در کلید گردشگری بیان می‌کند. سازمان‌های غیرانتفاعی که ویژگی کارآفرینی اجتماعی دارند پلی هستند بین عرضه محلی و تقاضای پاسخ‌دهندگان.

مبانی نظری

توانمندسازی زنان و نقش بسیار مهم و تعیین کننده آن در توسعه پایدار از جمله موضوعات مهمی است که امروزه به لحاظ نظری و کاربردی به آن پرداخته می شود. تحولات چشمگیر در دو دهه اخیر در جهان، باعث شده که کاهش نابرابری های جنسیتی جزو جدایی ناپذیر فرایند توسعه شود و یکی از مهم ترین این تحولات، تغییر در ضرورت حضور زنان در جامعه است. اصل برابری اجتماعی در توسعه پایدار حکم می کند گروه های بنیادین جامعه از جمله زنان و جوانان، که اغلب در حاشیه هستند، فرصت بیشتری برای مشارکت داشته باشند. یکی از شاخص های اساسی توسعه پایدار و توانمندسازی، مشارکت سیاسی زنان در فرایند تصمیم گیری های روستایی است. مشارکت زنان در حل مسائل و مشکلات نقش بسزایی در توسعه و نوسازی هر کشور دارد. زنان و کودکان معمولاً بخش هایی از جامعه هستند که بیشترین رنج را از فقر می برند و نقش رسمی محدودی در جامعه ایفا می کنند (Usher & Morais, 2010). توانمندسازی عامل اصلی حل مشکل فقر است. فقر، جنسیتی است. ۷۰ درصد از ۱/۳ میلیارد نفری را که زیر خط فقر زندگی می کنند زنان تشکیل می دهند. در سراسر جهان، حدود یک میلیارد بزرگسال بی سواد وجود دارد که دوسوم آن ها را زنان تشکیل می دهند. اکثریت زنان در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، در ازای انجام دادن کار یکسان با مردان، سه چهارم پرداختی را که به مردان می دهند دریافت می کنند. زنان از جمله گروه های جامعه هستند که بیش از بقیه در حاشیه قرار گرفته اند. زنان اکثریت فقرای جهان را به ویژه در جوامع روستایی و دوسوم از بی سوادان جهان را تشکیل می دهند. حضور آگاهانه مردم در صحنه فعالیت های گردشگری از طریق اصل ارتباط ارگانیک بین توسعه پایدار و گردشگری پایدار، یکی از شاخص های اصلی توسعه پایدار است. در این میان، الگوی گردشگری اجتماع محور را می توان ابزار توسعه اجتماعی در نظر گرفت که توانایی افراد را تقویت می کند. به افراد محلی کمک می کند تا تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی، حفظ فرهنگ، حفظ محیط زیست و فراهم آوردن فرصت های آموزشی، روش های دستیابی به درآمد در جامعه و درآمدهای جایگزین را به جامعه محلی ارائه دهد. از گردشگری اجتماع محور به منزله ابزار کاهش فقر یاد می کنند، ابزار کاهشی که نیاز به رویکردی بلندمدت دارد و هدفش به حداکثر رساندن منافع برای جامعه محلی است (Zielinski et al., 2020). برای تحقق پایداری اجتماعی - فرهنگی در گردشگری، باید بررسی شود که چگونه گردشگری می تواند توانمندسازی را موجب شود. فرایند انتقال قدرت به جوامع و افرادی که بیشترین تأثیر پذیری را از توسعه دارند، با عنوان توانمندسازی شناخته شده است و از اصول مهم توسعه گردشگری است (Timothy, 2007).

در نظریه توانمندسازی، بر حقوق برابر زنان و مردان تأکید شده است. بر اساس این نظریه، هر فردی باید موقعیت این را داشته باشد که از تمام توانایی ها و خلاقیت هایش استفاده کند. در نظریه بیان می شود که اهمیت افزایش قدرت زنان در جامعه به معنای برتری فردی بر فرد دیگر نیست؛ بلکه به معنای افزایش توانایی زنان در ارتقای خوداتکایی و قدرت درونی است. این نظریه به دنبال توانمندسازی زنان از طریق توزیع مجدد قدرت در مراحل تصمیم گیری خانواده و جامعه است.

از آنجاکه توانمندسازی پدیده ای اجتماعی است و پدیده های اجتماعی تک علتی نیستند، به عوامل درونی و بیرونی متعددی وابسته هستند. در این خصوص، از یک سو عوامل درونی همچون وضعیت جسمانی و روانی و وضعیت اقتصادی خانواده و از سوی دیگر، ساختارهای اجتماعی نقش عمده ای دارند (رضایی و زارعی، ۱۳۹۳). در مقوله توسعه اجتماعی، یکی از مباحث اساسی را می توان توانمندسازی جامعه یا در واقع، ساخت جامعه دانست و برای حرکت در این مسیر، یکی از رویکردهای مؤثر، توانمندسازی اجتماع محور است. در توانمندسازی هدف آن است که در جامعه محلی، افراد به سطحی از توسعه فردی دست یابند که بخواهند و بتوانند مسئولیت اجتماعی و نقش خود را در توسعه و پیشرفت جامعه محلی شان ایفا کنند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۵).

امروزه از گردشگری اجتماع محور^۱ تحت عنوان CBT یاد می کنند. در حقیقت CBT نوعی از گردشگری جایگزین است که منافع جامعه محلی را به حداکثر رسانده و بر ظرفیت سازی و توانمندسازی مردم محلی، به منزله ابزارهایی برای رسیدن به توسعه جامعه، تمرکز دارند. این نوع

1. community- based tourism

از گردشگری، که براساس رویکرد مشارکتی شکل گرفته است، منافع زیادی نصیب جامعه می‌کند. مشارکت فعال جامعه در برنامه‌ریزی گردشگری را تسهیل می‌کند، روابط متقابل میان گردشگران و جامعه را افزایش می‌دهد و میراث فرهنگی و طبیعی منطقه را حفظ می‌کند (Tolkach & King, 2015). گردشگری اجتماع‌محور شکل پایدارتری از توسعه به‌نسبت گردشگری جمعی رایج است که به جوامع میزبان این امکان را می‌دهد تا از تسلط ثروتمندان و نخبگان در سطح ملی رها و خود مولد و فعال شوند. مولد بودن اعضای جامعه در حوزه گردشگری اجتماع‌محور به مشارکت فعالانه نیاز دارد که این مشارکت به میزان زیادی از جو اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه تأثیر می‌پذیرد. مزایای رویکرد گردشگری اجتماع‌محور منافع زیادی را برای ساکنان و مقصد ایجاد می‌کند و استانداردهای بالاتری را برای زندگی ساکنان آن مقصد فراهم می‌آورد که به ارتقای تصویر مقصد می‌انجامد.

یکی از تغییرات مهم پارادایمی در برنامه‌ریزی توسعه بین‌المللی این است که زنان و مردان نیازهای متفاوتی دارند و به‌طور متفاوت تحت تأثیر پروژه‌های توسعه قرار می‌گیرند و توسعه اقتصادی خودبه‌خود نمی‌تواند با نفوذ به پایین، باعث ریشه‌کن شدن فقر شود. بنابراین توزیع و برابری منافع برای کشورهای گوناگون اهمیت زیادی در نظریه توسعه پیدا کرد (Megarry, 2008). در دهه ۱۹۷۰ آگاهی از اینکه فقر در میان زنان جهان شایع‌تر از مردان است رشد یافت و «فمینیستی شدن فقر» به ادغام آگاهی جنسیتی در اقدامات توسعه و کاهش فقر و نهایتاً پیدایش رویکرد «زن در توسعه» منجر شد. این رویکرد براساس این ایده بود که زنان گروهی آسیب‌پذیرند و به اشتغال و کسب درآمد نیاز دارند و تمرکز آن بر دخالت دادن زنان در فرایند توسعه در کشورها بود. به‌این‌منظور، پروژه‌های توسعه با تمرکز بر زنان و توسعه آن‌ها مطرح شدند (Dunn, 2007). در این رویکرد، توسعه یک حق است و حقوق زنان به‌صورت یکپارچه در حیطه گسترده‌تری به‌منزله جامعه باید دیده شود. توسعه باید امکانات لازم را برای زنان فراهم سازد تا بتوانند ضمن ابراز مطالبات خود، به اهداف انسانی خویش دست یابند و از موانع زندگی و فرصت‌های یکسان برخوردار شوند؛ گرچه تلاش‌هایی برای پیوند دادن مسائل جنسیت و توانمندسازی زنان با توسعه جامعه به‌طور کلی و توسعه گردشگری در جامعه به‌طور خاص صورت گرفته است (Telfer, 2003).

گردشگری اغلب به‌منزله راهبردی برای بهبود بهزیستی جوامع فقیر و اعضای آسیب‌پذیر آن از جمله زنان و کودکان و ابزاری برای کاهش فقر است؛ بنابراین بین فقر و توانمندشدن ارتباط منطقی وجود دارد؛ چراکه ناکافی بودن ابزار دستیابی به نیازهای اصلی، توانایی انتخاب معنادار را نفی می‌کند (شعبانی و اسماعیل پور، ۱۳۹۹).

زنان روستایی در کشور ما با وجود موقعیت نامناسب اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، نقش درخور توجهی در جامعه روستایی بازی می‌کنند و میزان نقش و مشارکت آن‌ها در بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، تولیدی و خدماتی در سطح بالایی است و با اینکه حدود نیمی از جمعیت کشور و بخش درخور توجهی از جمعیت فعال اقتصادی را زنان به خود اختصاص داده‌اند و نسبت آنان در جامعه تحصیل کرده همچنان رو به تزاید است، اما هنوز سهم شایسته‌ای در اقتصاد ملی به‌دست نیاورده‌اند. زنان روستایی وضعیتی به‌مراتب اسفبارتر از هم‌نوعان غیرروستایی خود دارند و به همین دلیل اندیشمندان و سیاست‌گذاران تمامی کشورهای دنیا توجه خاصی را به توسعه روستایی و رفع مشکلات و معضلات آن‌ها معطوف کرده‌اند (Scheyvens, 2003). گزارشی که مجمع جهانی اقتصاد^۱ از شکاف جنسیتی جهانی در ۳۱ مارس ۲۰۲۱ منتشر کرده نشان می‌دهد که ایران با شاخص ۰/۵۸۲ در بین ۱۵۶ کشور در رتبه ۱۵۰ قرار دارد. این رتبه به‌نسبت سال ۲۰۲۰ دو پله و به‌نسبت سال ۲۰۱۹، هشت پله نزول یافته است. گزارش جهانی ۲۰۲۱ ایران را در زمره «کشورهایی با بیشترین شکاف جنسیتی اقتصادی» قرار داده است. این گزارش نشان می‌دهد که «سطوح پایین مشارکت زنان در نیروی کار عامل مهمی برای عدم مشارکت اقتصادی است (World Economic Forum, 2021)؛ بنابراین مبحث توانمندسازی در چهارچوب توسعه پایدار و گردشگری پایدار به‌منزله رویکردی مطرح است که می‌تواند زمینه‌ساز توانمندکردن نیمی از جمعیت جامعه، به‌خصوص زنان، باشد. بر همین اساس، مدل مفهومی فوق به نقش گردشگری اجتماع‌محور در توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان در مناطق استان اصفهان ارزیابی می‌شود.

1. World Economic Forum

روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش به توصیفی - تحلیلی است. در این پژوهش برای تبیین و توجیه دلایل، نیاز به تکیه‌گاه استدلالی محکمی وجود داشت، این تکیه‌گاه از طریق جست‌وجو در مباحث نظری فراهم شد. با توجه به این‌که در ابتدا سؤالاتی مطرح شده و سپس محقق با نمونه‌گیری در پی پاسخ‌دادن به آن‌ها بوده، از روش قیاسی استفاده شده است. روش گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر، به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی (از طریق پرسش‌نامه، مصاحبه و مشاهده) انجام شده است. برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه، پس از تهیه آن سؤالات پرسش‌نامه به دست اساتید و متخصصان مرتبط کنترل اولیه شد و سؤالات بی‌مفهوم و بی‌ربط حذف شدند. در ادامه نیز با انجام پیش‌آزمون و توزیع ۳۰ پرسش‌نامه در میان پاسخ‌دهندگان و سپس بررسی آن‌ها، بار دیگر سؤالاتی که جهت‌دار، نامفهوم، بدون پاسخ یا کم پاسخ بودند حذف یا تصحیح شدند. همچنین برای تعیین پایایی پرسش‌نامه‌ها مقدار ضریب آلفای کرونباخ مدنظر قرار گرفت که محاسبه آن، مقدار قابل قبول ۰/۷۹ را نشان داد. بدین ترتیب پرسش‌نامه‌ها دارای پایایی لازم بوده و پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان دارای هم‌گرایی و هم‌بستگی درونی است. جامعه آماری را زنان روستایی استان اصفهان ($N=317162$) تشکیل می‌دهند. تعداد نمونه براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر انتخاب شدند (جدول ۲). انتخاب روستاها بر این مبنا بوده که مقصد گردشگری باشند.

جدول ۲: روستاهای مطالعه‌شده و برآورد حجم نمونه در آن

روستا	نام شهرستان	درصد	سهم پرسش‌نامه
قهی	اصفهان	۷/۱۵	۲۹
هسینجه	نجف‌آباد	۱۱/۵۷	۳۸
دره	کاشان	۵/۷۳	۲۸
هاردنگ	لنجان	۱/۷۶	۱۵
کلهرود	برخوار و میمه	۲/۲۴	۱۵
مهرجان	نابین	۱۳/۳۰	۳۲
نیسیان	اردستان	۲/۱۴	۱۵
دماب	نجف‌آباد	۲/۲۱	۱۵
قورتان	اصفهان	۲/۶۶	۱۶
دنگزلو	سمیرم	۳/۴۹	۱۹
خفر	سمیرم	۸/۳۹	۲۰
سه	برخوار و میمه	۱۰/۶۴	۲۰
مشهد اردهال	کاشان	۶/۶۰	۱۴
نشلیج	کاشان	۱/۷۰	۱۹
جاجا	تیروان و کرون	۲/۱۶	۱۵
اسفرجان	شهرضا	۴/۳۹	۱۷
هنجن	نطنز	۷/۱۴	۱۸
طرق	نطنز	۱۰/۱۲	۲۲
ایبانه	نطنز	۵/۶۱	۱۷
مجموع	۱۹	۱۰۰	۳۸۴

همچنین با مراجعه به اسناد کتابخانه‌ای، شاخص‌ها و متغیرهای استفاده‌شده در تحقیق به تفکیک ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جدول ۳ بیان شده است.

حجاریان / ارزیابی کاربست گردشگری جامعه‌محور در توانمندسازی زنان روستایی

جدول ۳: ابعاد، شاخص‌ها و متغیرهای نجش‌شده توانمندسازی زنان

ابعاد	شاخص‌ها	متغیرها
اقتصادی	اشتغال	گسترش مشاغل خدماتی به‌دست زنان (رستوران، خواربارفروشی، ایجاد مشاغل مرتبط با صنایع دستی (قالیچه و لباس محلی)، افزایش فرصت‌های شغلی زنان، اشتغال زنان به‌منزله راهنما در بخش گردشگری
	افزایش درآمد	درآمد حاصل از فروش غذاهای سنتی و محلی، درآمد حاصل از فروش محصولات باغی و دامی، همکاری در تأمین درآمد خانواده
	کیفیت زندگی	کیفیت سلامت و ارتقای آن در بین زنان، کیفیت رفاه و معیشت زنان روستایی، اوقات فراغت
	سرمایه‌گذاری	تمایل زنان به پس‌انداز، افزایش خرید ملک به‌دست زنان، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری در تمامی سطوح
اجتماعی	کارآفرینی زنان	افزایش روحیه کارآفرینی در تبادلات اقتصادی با مراکز شهری، ساخت خانه‌های بوم‌گردی و مسافر در قالب رویکرد کارآفرینی، انگیزه ایجاد بازارچه‌های محلی فروش محصولات
	تلاش جمعی و هم‌فکری برای توسعه	شرکت در کارهای عام‌المنفعه، علاقه‌مندی و تلاش برای توسعه روستا، توانایی پذیرش مسئولیت‌های جدید و بیان ایده و نظرات در جمع، تأثیرگذاری در تصمیم‌های عمومی، حضور در فعالیت‌های مرتبط با توسعه روستا
	مهارت و دانش اجتماعی	شناخت جاذبه‌های روستا، آشنایی با فرهنگ و آداب جدید، تمایل به شناخت تاریخ و فرهنگ روستا، حضور در نمایشگاه‌ها و دوره‌های آموزشی دولتی، علاقه‌مندی و تلاش برای یادگیری زبان جدید، علاقه‌مندی به کار حرفه‌ای در بخش گردشگری
فرهنگی	مشارکت ساکنان محلی	مشارکت و فعالیت گروهی با دیگر زنان، مشارکت در انسجام اجتماعی، مشارکت در افزایش سرمایه‌های اجتماعی، تصمیم‌گیری بیشتر در مدیریت امور خانواده، افزایش حس تعلق مکانی
	توجه به آداب‌ورسوم محلی	تولید صنایع دستی و سوغات محلی و لباس محلی، علاقه‌مندی به شناخت فرهنگ‌های متفاوت، علاقه به تهیه غذای محلی به‌دست زنان، توجه به فرهنگ و آداب‌ورسوم محلی، حفظ الگوهای فرهنگی در زمینه موسیقی، لباس، صنایع دستی
	کاهش تفاوت‌ها و تعارض‌ها	بهبود ارتباط با گردشگردان، دید مثبت مردان درباره فعالیت زنان در بخش گردشگری، بهبود دسترسی به خدمات اجتماعی و فرهنگی زنان، بهبود جایگاه فرهنگی شغلی زنان
	مشارکت در برنامه‌ریزی محلی	اعتماد به حضور زنان در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با روستا، توجه و علاقه به مسائل اجتماعی و فرهنگی روز، رضایت از کار در بخش گردشگری، اعتمادبه‌نفس بیشتر برای فعالیت‌های عمومی
	مشارکت در برنامه‌ریزی محلی	اعتماد به حضور زنان در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با روستا، توجه و علاقه به مسائل اجتماعی و فرهنگی روز، رضایت از کار در بخش گردشگری، اعتمادبه‌نفس بیشتر برای فعالیت‌های عمومی

توانمندسازی زنان

یافته‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل یافته‌ها

به‌منظور بررسی داده‌های پژوهش و پاسخ به سؤالات، از آمار توصیفی برای بیان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری و آمار استنباطی استفاده شده است. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در جدول ۴ مشاهده می‌شود.

جدول ۴: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

فراوانی	گروه‌ها	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی
۱۹۷	مجرد	وضعیت تأهل
۱۸۷	متاهل	
۵۶	۲۰ تا ۲۹ سال	سن
۱۴۱	۳۰ تا ۳۹ سال	
۱۴۹	۴۰ تا ۴۹ سال	
۳۸	۵۰ سال و بیشتر	
۳۰۵	کارشناسی و کمتر	تحصیلات
۶۷	کارشناسی ارشد	
۱۲	دکتری	
۳۵	کارمند	وضعیت اشتغال
۳۲۳	کار آزاد	
۱۹	بازنشسته	
۲۵	سایر	

سنجش تأثیرات گردشگری اجتماع‌محور در توانمندسازی اقتصادی زنان

شاخص اشتغال

بررسی وضعیت پاسخ‌هایی که پاسخ‌دهندگان به گویه‌های شاخص اشتغال داده‌اند نشان می‌دهد که زنان روستایی مطالعه‌شده با میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۲۴ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ و با مدل پاسخ‌های برابر گزینه ۳، تأثیرات گردشگری در میانگین وضعیت اشتغال در توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی را در سطح خوب ارزیابی می‌کند؛ بنابراین در وضعیت اشتغال تأثیرات مطلوبی دارد. با توجه به این وضعیت، می‌توان انتظار وضعیت رضایت‌بخش را در میزان وضعیت شاخص اشتغال مطالعه‌شده داشت. در تأیید این مطلب، می‌توان به میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۵۶ و پاسخ ۴۰ درصدی (۹۲ نفری) به گزینه‌های خوب و خیلی خوب و ۳۶ درصدی (۸۲ نفری) به گزینه متوسط پاسخ‌دهندگان اشاره کرد که میزان فعالیت‌های اقتصادی شایان توجه ایجاد مشاغل مرتبط با صنایع دستی (قالیچه و لباس محلی) را بدین ترتیب ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۵: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره وضعیت اشتغال

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره خی دو	معنی‌داری
اشتغال	۱ گسترش مشاغل خدماتی به دست زنان (رستوران، خواربارفروشی)	۳/۱۹	۵۷/۶۸	۰/۰۰۰
	۲ ایجاد مشاغل مرتبط با صنایع دستی (قالیچه و لباس محلی)	۳/۵۶	۱۰۸/۱	۰/۰۰۰
	۳ افزایش فرصت‌های شغلی زنان	۳/۰۱	۲۳/۳۴	۰/۰۰۰
	۴ اشتغال زنان به‌عنوان راهنما در بخش گردشگری	۳/۲۱	۳۱/۷۱	۰/۰۰۰

شاخص افزایش درآمد

سیاست‌های کلان گردشگری باید همراه با افزایش درآمد و مصالح اقتصادی طرح و اجرا شوند. در غیر این صورت، گسترش این صنعت در توانمندسازی جوامع محلی تأثیرات بارزی ندارد. بررسی وضعیت شاخص افزایش درآمد در پاسخ‌های نمونه مطالعه‌شده نشان می‌دهد که در مجموع وضعیت رضایت‌بخش و مطلوب است؛ به‌گونه‌ای که ۶۲ درصد پاسخ‌گویان (۱۱۹ نفر) به‌منزله اکثریت پاسخ‌گویان با پاسخ به گزینه‌های خوب و خیلی خوب و میانگین برابر ۳/۴۹ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ وضعیت افزایش درآمد را در مقاصد گردشگری خود رضایت‌بخش می‌دانند.

جدول ۶: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره وضعیت افزایش درآمد

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره‌خی دو	معنی‌داری
رضایت‌بخش	درآمد حاصل از فروش غذاهای سنتی و محلی	۳/۶۳	۱۱۱/۱	۰/۰۰۰
	درآمد حاصل از فروش محصولات باغی و دامی	۳/۳۷	۶۵/۸	۰/۰۰۰
	همکاری در تأمین درآمد خانواده	۳/۴۸	۵۴/۷۸	۰/۰۰۰

شاخص کیفیت زندگی

بررسی وضعیت شاخص کیفیت زندگی در پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد که در مجموع وضعیت چندان رضایت‌بخش و مطلوب نیست؛ به‌گونه‌ای که ۷۸ درصد پاسخ‌گویان (۱۷۹ نفر)، به‌منزله اکثریت پاسخ‌گویان، با پاسخ به گزینه‌های متوسط و میانگین برابر ۳/۰۹ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ وضعیت کیفیت زندگی را در جوامع خود رضایت‌بخش نمی‌دانند.

جدول ۷: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره وضعیت کیفیت زندگی

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره‌خی دو	معنی‌داری
بسیار رضایت‌بخش	کیفیت سلامت و ارتقای آن در بین زنان	۳/۱۵	۳۹/۱	۰/۰۰۰
	اوقات فراغت	۳/۰۶	۳۵/۸	۰/۰۰۰
	کیفیت رفاه و معیشت زنان روستایی	۳/۰۷	۷۴/۷۸	۰/۰۰۰

شاخص سرمایه‌گذاری

بررسی وضعیت شاخص سرمایه‌گذاری در جوامع مطالعه‌شده، نشان می‌دهد که ساکنان در متغیر تمایل زنان به پس‌انداز، وضعیت را با محاسبه میانگین برابر ۳/۸۵ و پاسخ حداکثری به گزینه ۳ و ۴ در سطح متوسط و خوب اعلام کرده‌اند. پاسخ‌دهندگان با میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۱۷ کاهش ریسک سرمایه‌گذاری در تمامی سطوح را در حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. ساکنان معتقدند که شاخص سرمایه‌گذاری در سطح خوبی است و گردشگری در توانمندسازی اقتصادی در شاخص سرمایه‌گذاری تأثیرات مثبتی دارد.

جدول ۸: توزیع پاسخ‌های درباره وضعیت زیرساخت‌های پذیرایی اقامتی

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره‌خی دو	معنی‌داری
بسیار سرمایه‌گذاری	تمایل زنان به پس‌انداز	۳/۸۵	۷۱/۶۷	۰/۰۰۰
	افزایش خرید ملک به‌دست زنان	۳/۶۳	۴۳/۷۸	۰/۰۰۱
	کاهش ریسک سرمایه‌گذاری در تمامی سطوح	۳/۱۷	۱۸/۴۷	۰/۰۰۰

شاخص کارآفرینی

پاسخ‌دهندگان با مقدار مطلوب میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۸۵ و پاسخ حداکثری به گزینه ۳ و ۴، انگیزه ایجاد بازارچه‌های محلی فروش محصولات را در سطح خوب ارزیابی کرده‌اند. ساخت خانه‌های بوم‌گردی و مسافر در قالب رویکرد کارآفرینی با میانگین مطلوب ۳/۱۱ و پاسخ حداکثری به گزینه متوسط و خوب همراه شده که نشان‌دهنده وضعیت مطلوب در توجه به خانه‌های بوم‌گردی است. درنهایت با میانگین ۳/۵۷ و معنی‌داری ۰/۰۱ درصد وضعیت شاخص کارآفرینی در حد خوب ارزیابی می‌شود. بررسی میانگین شاخص‌ها نشان می‌دهد که همه آن‌ها در شرایط بیشتر از حد ملاک قرار دارند. همچنین حد بالا و پایین آن‌ها نیز مثبت است. این مطلب نشان‌دهنده آن است که گردشگری در توانمندسازی اقتصادی زنان روستا مؤثر بوده است. به عبارت دیگر، با رونق گردشگری ظرفیت‌ها و فرصت‌های اقتصادی بیشتری پیش روی زنان روستایی قرار گرفته است و تأثیرات آن در مناطق روستایی مشاهده می‌شود.

جدول ۹: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره شاخص کارآفرینی

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره خی دو	معنی‌داری
کارآفرینی	۱ افزایش روحیه کارآفرینی در تبادلات اقتصادی با مراکز شهری	۳/۷۷	۴۷/۳۸	۰/۰۰۰
	۲ ساخت خانه‌های بوم‌گردی و مسافر در قالب رویکرد کارآفرینی	۳/۱۱	۱۱۹/۲	۰/۰۰۰
	۳ انگیزه ایجاد بازارچه‌های محلی فروش محصولات	۳/۸۵	۱۹/۱۲	۰/۰۰۰

بعد اجتماعی

شاخص تلاش جمعی و همکاری برای توسعه

یکی از شاخص‌های بسیار مهم در بحث توانمندسازی، تلاش جمعی و همکاری برای توسعه است که به منزله موتور محرکه موجب ثمربخشی فعالیت‌های توسعه‌ای و در نتیجه ارتقای سطح توسعه می‌شوند. بررسی وضعیت شاخص تلاش جمعی و همکاری برای توسعه در نمونه مطالعه‌شده نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان در متغیر علاقه‌مندی و تلاش برای توسعه روستا، وضعیت را با محاسبه میانگین برابر ۳/۶۱ و پاسخ حداکثری به گزینه ۳ در سطح متوسط رو به بالا رضایت‌بخش اعلام کرده‌اند. پاسخ‌دهندگان با میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۰۱ تأثیرگذاری در تصمیمات عمومی را در حد متوسطی ارزیابی کرده‌اند. همچنین میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۳۵ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ نیز نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان معتقدند که تلاش جمعی و همکاری برای توسعه در سطح متوسط رو به بالاست.

جدول ۱۰: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره وضعیت تلاش جمعی و همکاری برای توسعه

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره خی دو	معنی‌داری
تلاش جمعی و همکاری	۱ حضور در فعالیت‌های مرتبط به توسعه روستا	۳/۳۸	۳۲/۵۱	۰/۰۰۰
	۲ تأثیرگذاری در تصمیمات عمومی	۳/۰۱	۲۹/۰۹	۰/۰۰۰
	۳ توانایی پذیرش مسئولیت‌های جدید و بیان ایده و نظرات در جمع	۳/۴۹	۵۶/۷۸	۰/۰۰۰
	۴ علاقه‌مندی و تلاش برای توسعه روستا	۳/۶۱	۳۳/۸۷	۰/۰۰۰
	۵ شرکت در کارهای عام المنفعه	۳/۲۷	۲۱/۳۹	۰/۰۰۰

شاخص مهارت و دانش اجتماعی

فراهم‌بودن مهارت و دانش اجتماعی پیش شرط توسعه نواحی روستایی است. بررسی وضعیت متغیرهای ذکرشده در این شاخص نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ و با میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۴۴ شاخص‌های مهارت و دانش اجتماعی را مناسب می‌دانند.

حجاریان / ارزیابی کاربست گردشگری جامعه‌محور در توانمندسازی زنان روستایی

در این باره پاسخ‌دهندگان بیان کردند که یکی از دلایل عمده این امر (توانمندسازی زنان از طریق گردشگری) فقدان دانش است. پاسخ حداکثری برابر ۴۶ درصد (۱۰۵ نفری) به گزینه متوسط و کم و میانگین محاسبه شده برابر مقدار نامطلوب ۲/۹۸ نشان‌دهنده علاقه‌مندی کم زنان به کار حرفه‌ای در بخش گردشگری است. در حقیقت زنان روستایی به فعالیت گردشگری در کنار سایر امور مربوط به خانه علاقه‌مندند.

جدول ۱۱: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره وضعیت مهارت و دانش اجتماعی

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره‌ی دو	معنی‌داری
تخصص مهارت و دانش اجتماعی	۱ شناخت جاذبه‌های روستا	۳/۵۴	۴۴/۷۸	۰/۰۰۰
	۲ علاقه‌مندی به کار حرفه‌ای در بخش گردشگری	۲/۹۸	۷۷/۶۷	۰/۰۰۰
	۳ علاقه‌مندی و تلاش برای یادگیری زبان جدید	۳/۵۶	۲۵/۱	۰/۰۰۰
	۴ حضور در نمایشگاه‌ها و دوره‌های آموزشی دولتی	۳/۴۶	۷۴/۸	۰/۰۰۰
	۵ آشنایی با فرهنگ و آداب جدید	۳/۶۹	۳۵/۷۸	۰/۰۰۰
	۶ تمایل به شناخت تاریخ و فرهنگ روستا	۳/۴۳	۱۸/۶۷	۰/۰۰۰

شاخص مشارکت ساکنان

بررسی وضعیت شاخص مشارکت ساکنان در جوامع روستایی مطالعه شده نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان متغیر مشارکت در بهبود انسجام اجتماعی را با محاسبه میانگین برابر ۳/۷۸ و پاسخ حداکثری به گزینه ۳ و ۴ در سطح خوبی اعلام کرده‌اند. پاسخ‌دهندگان در این باره بیان کرده‌اند که مشارکت و فعالیت گروهی با دیگر زنان در سطح مطلوبی نیست. پاسخ‌دهندگان با میانگین محاسبه شده برابر ۳/۱۴ این شاخص را در حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. همچنین میانگین محاسبه شده برای شاخص مشارکت ساکنان برابر ۳/۵۶ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ نیز نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان معتقدند شاخص مشارکت ساکنان در سطح خوبی است.

جدول ۱۲: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره وضعیت مشارکت ساکنان

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره‌ی دو	معنی‌داری
مشارکت ساکنان	۱ مشارکت و فعالیت گروهی با دیگر زنان	۳/۱۴	۷۱/۶۷	۰/۰۰۰
	۲ مشارکت در بهبود انسجام اجتماعی	۳/۷۸	۴۳/۷۸	۰/۰۰۱
	۳ مشارکت در افزایش سرمایه‌های اجتماعی	۳/۷۷	۱۸/۴۷	۰/۰۰۰
	۴ تصمیم‌گیری بیشتر در مدیریت امور خانواده	۳/۵۶	۱۵/۴۸	۰/۰۰۰

بعد فرهنگی

شاخص توجه به آداب و رسوم محلی

در این باره پاسخ‌هایی که پاسخ‌دهندگان ارائه کرده‌اند نشان می‌دهد که آن‌ها با مقدار میانگین مطلوب برابر ۲/۱۲ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ و پاسخ حداقلی برابر ۳۴ درصد (۷۸ نفر) به گزینه‌های ۳ و ۴، حفظ الگوهای فرهنگی در زمینه موسیقی، لباس، صنایع دستی را در سطح خوب ارزیابی کرده‌اند؛ اما آنچه در پاسخ‌های ارائه شده در این شاخص شایان توجه است، پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به وضعیت علاقه‌مندی به شناخت فرهنگ‌های متفاوت است که با توجه به میانگین محاسبه شده (برابر ۳/۱۲) نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان معتقدند رضایت‌بخش نیست.

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۶، پاییز و زمستان ۱۴۰۲

جدول ۱۳: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره وضعیت شاخص توجه به آداب و رسوم محلی

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره خی دو	معنی داری
توجه به آداب و رسوم محلی	تولید صنایع دستی و سوغات محلی و لباس محلی	۳/۳۴	۱۵۸/۷	/۰۰۰
	حفظ الگوهای فرهنگی در زمینه موسیقی، لباس، صنایع دستی	۳/۸۳	۲۰/۴۱	/۰۰۰
	توجه به فرهنگ و آداب و رسوم محلی	۳/۲۷	۷۴/۸	۰/۰۰۰
	علاقه به تهیه غذای محلی به دست زنان	۳/۴۹	۳۵/۷۸	۰/۰۰۰
	علاقه مندی به شناخت فرهنگ‌های متفاوت	۳/۱۲	۱۸/۶۷	۰/۰۰۰

شاخص تفاوت‌ها و تعارض‌ها

پاسخ‌دهندگان درباره متغیرهای این شاخص، همان‌طور که در جدول ۱۴ مشاهده می‌شود، درباره بهبود ارتباط با گردشگران با میانگین برابر مقدار مطلوب ۳/۵۱ و پاسخ حداکثری به گزینه ۴ (خوب) شرایط را مطلوب و رضایت‌بخش ارزیابی کرده‌اند. در متغیر دیگر، یعنی بهبود جایگاه فرهنگی شغلی زنان، پاسخ‌های ارائه‌شده با میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۳۶ در سطح معنی داری ۰/۰۱، نشان‌دهنده وضعیت رضایت‌بخش نسبی این متغیر در بین پاسخ‌دهندگان است.

جدول ۱۴: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره شاخص تفاوت‌ها و تعارض‌ها

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره خی دو	معنی داری
تفاوت‌ها و تعارض‌ها	بهبود ارتباط با گردشگران	۳/۵۱	۳۴/۶۵	۰/۰۰۰
	دید مثبت مردان درباره فعالیت زنان در بخش گردشگری	۳/۲۸	۲۲/۷۶	۰/۰۰۰
	بهبود دسترسی به خدمات اجتماعی و فرهنگی زنان	۳/۰۲	۳۶/۸۹	۰/۰۰۰
	بهبود جایگاه فرهنگی شغلی زنان	۳/۳۶	۴۲/۵۶	۰/۰۰۰

شاخص فرهنگ مشارکت در برنامه‌ریزی محلی

در این باره پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهند که آن‌ها با مقدار میانگین مطلوب برابر ۳/۵۹ در سطح معنی داری ۰/۰۱ و پاسخ حداقلی برابر ۶۲ درصد (۱۳۳ نفر) به گزینه‌های ۳ و ۴، شاخص فرهنگ مشارکت در برنامه‌ریزی محلی را در سطح متوسط و خوب ارزیابی کرده‌اند؛ اما آنچه در پاسخ‌های ارائه‌شده در این شاخص شایان توجه است، پاسخی است که پاسخ‌دهندگان به وضعیت اعتماد به حضور زنان در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با روستا داده‌اند که با توجه به میانگین محاسبه‌شده برابر ۳/۱۵، می‌توان عنوان کرد که پاسخ‌دهندگان معتقدند که در حد متوسط رو به پایین است.

جدول ۱۵: توزیع پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان درباره شاخص فرهنگ مشارکت در برنامه‌ریزی محلی

شاخص	متغیرها	میانگین	آماره خی دو	معنی داری
مشارکت در تصمیم‌گیری	اعتماد به حضور زنان در تصمیم‌گیری‌های مرتبط به روستا	۳/۱۵	۲۹/۵۶	۰/۰۰۰
	توجه و علاقه به مسائل اجتماعی و فرهنگی روز	۳/۵۴	۴۱/۷۵	۰/۰۰۰
	رضایت از کار در بخش گردشگری	۳/۷۴	۴۵/۳۳	۰/۰۰۰
	اعتماد به نفس بیشتر برای فعالیت‌های عمومی	۳/۷۹	۴۲/۳۳	۰/۰۰۰

از آنجاکه در بعد اقتصادی، میانگین توانمندسازی اقتصادی با پنج متغیر برابر ۳/۳۸ و بیشتر از ۳ گزارش شده، می‌توان نتیجه گرفت که گردشگری اجتماع‌محور در توانمندسازی اقتصادی زنان روستاهای استان اصفهان تأثیر معناداری دارد. با توجه به آزمون فوق و مقدار میانگین اکتسابی

گویه‌های توانمندسازی اقتصادی، سطح معناداری تمامی گویه‌های توانمندسازی اقتصادی کمتر از سطح خطای ۵ درصد محاسبه شده‌اند؛ بنابراین این‌گونه استنباط می‌شود که فرض صفر آزمون تی تک‌نمونه‌ای مستقل رد و فرض مقابل آزمون مبنی بر مخالف بودن میانگین با عدد ۳ تأیید می‌شود. همچنین میانگین تمامی گویه‌های توانمندسازی اقتصادی معنادار و از حد متوسط جامعه (۳) بالاتر گزارش شده است؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که گردشگری اجتماع‌محور در تمامی گویه‌های توانمندسازی اقتصادی تأثیر معناداری دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در بعد اجتماعی، می‌توان بیان کرد که گردشگری تأثیرات اقتصادی بسزایی در توانمندسازی زنان در مناطق مطالعه‌شده داشته و در روستاهای استان اصفهان، از ظرفیت‌های اقتصادی و گردشگری خوبی بهره‌مندند که در صورت توجه و برنامه‌ریزی، هم در توانمندسازی ذی‌نفعان محلی مؤثر و کارآمد است و هم در کاهش فقر و توسعه روستا مؤثر است. ارزیابی شاخص‌ها حاکی از آن است که شاخص مشارکت در بهبود انسجام اجتماعی با میانگین $3/78$ بیشترین تأثیرگذاری را در بعد اجتماعی داشته است. با بررسی دیگر نماگرهای مرتبط از قبیل علاقه‌مندی به آموزش و افزایش مشارکت‌های گروهی نتیجه می‌گیریم که با رشد گردشگری تمایل به ماندگاری در روستا و حفظ فرهنگ و آداب و سنن روستایی بیشتر شده و امروزه احیای سنت‌های فرهنگی و بومی به‌منزله جاذبه‌ای برای جذب گردشگر مدنظر روستاییان قرار گرفته است. شاخص‌هایی که گردشگری اجتماع‌محور به آن توجه داشته و بر آن تأکید کرده است.

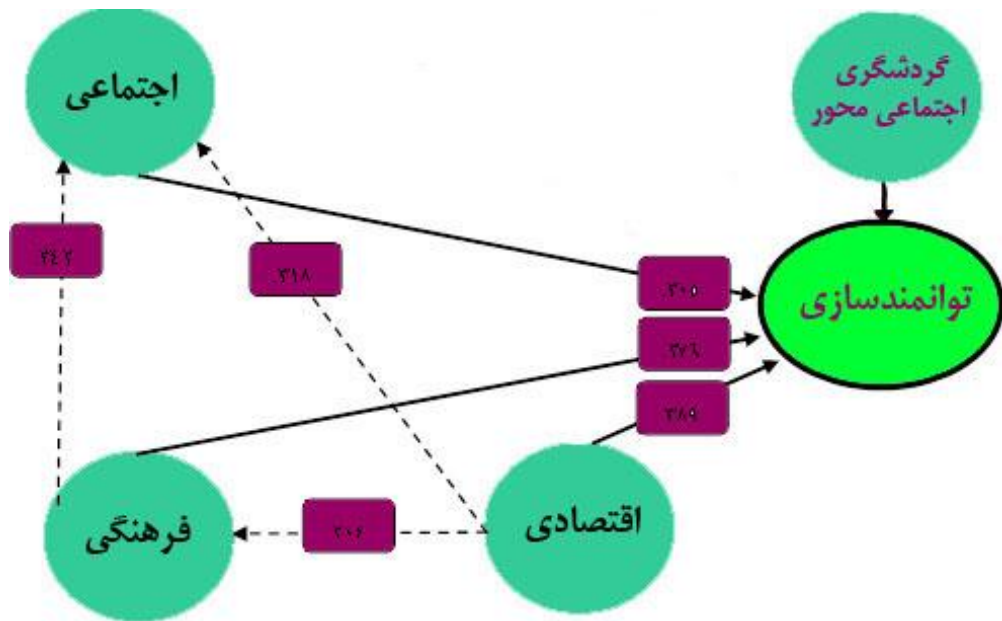
در میان نماگرهای فرهنگی، بیشترین تأثیرگذاری در گویه‌های حفظ الگوهای فرهنگی در زمینه موسیقی، لباس، صنایع‌دستی با میانگین $3/83$ ، اعتمادبه‌نفس بیشتر برای فعالیت‌های عمومی $3/79$ است. بررسی دیگر شاخص‌ها نشان می‌دهد با وجود رشد و توسعه گردشگری و ایجاد فرصت‌های جدید برای حضور زنان، همچنین افزایش میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های عمومی مرتبط با روستا و بهبود جایگاه شغلی زنان، همچنان مردان درباره حضور آنان در این صنعت نظر مثبتی ندارند و نتایج حاصل از بررسی نماگر دید مثبت مردان درباره فعالیت زنان در بخش گردشگری با میانگین $3/28$ ، که پایین‌ترین میانگین را در بین شاخص‌های فرهنگی به خود اختصاص داده است، گویای این موضوع است.

جمع‌بندی پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان در آزمون تی تک‌نمونه‌ای، که در جدول ۱۶ بیان شده است، نشان می‌دهد که در هر پنج مؤلفه بعد اقتصادی، در مجموع در سطح اطمینان ۹۹ درصد و با توجه به مثبت بودن آماره‌های تی و حدهای بالا و پایین و میانگین محاسبه‌شده برابر $3/38$ ، بتوان عنوان کرد که وضعیت بعد اقتصادی مطالعه‌شده استان اصفهان در توانمندی زنان روستایی مؤثر است. در مؤلفه‌های بعد اجتماعی، همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار آماره تی مثبت و میانگین‌های محاسبه‌شده در سطح معنی‌داری، $0/01$ بیشتر از مطلوبیت عددی آزمون شده هستند؛ به‌گونه‌ای که با مقدار $3/45$ محاسبه شده‌اند. بررسی وضعیت مؤلفه‌های فرهنگی نشان می‌دهد که با توجه به محاسبه میانگین برابر $3/43$ ، در سطح معنی‌داری $0/01$ و اطمینان ۹۹ درصد مطلوب‌اند.

جدول ۱۶: سنجش دیدگاه پاسخ‌دهندگان درباره توانمندسازی زنان روستایی

ابعاد	مؤلفه	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		آماره تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت از حد مطلوب
		میانگین حد مطلوب میانگین: ۳	کران بالا / کران پایین				
اقتصادی	اشتغال	۳/۲۴	۰/۳۱۱	۰/۱۳۰	۳/۷۹	۲۲۹	۰/۲۲۰
	میزان درآمد	۳/۴۹	۰/۴۳۸	۰/۲۹۲	۸/۸۷	۲۲۹	۰/۳۴۵
	کیفیت زندگی	۳/۰۹	۰/۳۱۱	۰/۱۳۴	۴/۶۷	۲۲۹	۰/۲۴۱
	سرمایه‌گذاری	۳/۵۵	۰/۳۴۸	۰/۱۴۲	۵/۶۹	۲۲۹	۰/۱۴۳
	کارآفرینی	۳/۵۷	۰/۵۴۳	۰/۳۴۵	۸/۷۳	۲۲۹	۰/۲۵۶
مجموع	۵	۳/۳۸	۰/۴۳۵	۰/۲۴۱	۹/۸۷	۲۲۹	۰/۲۷۱
اجتماعی	تلاش جمعی	۳/۳۵	۰/۱۳۴	۰/۲۸۱	۴/۶۷	۲۲۹	۰/۲۴۰
	مهارت و دانش اجتماعی	۳/۴۴	۰/۲۳۵	۰/۰۳۴	۴/۸۳	۲۲۹	۰/۱۷۶
	مشارکت	۳/۵۶	۰/۴۳۲	۰/۳۴۵	۹/۷۶	۲۲۹	۰/۴۵۳
مجموع	۳	۳/۴۵	۰/۲۷۳	۰/۶۴	۳/۶۱	۲۲۹	۰/۷۶۴
فرهنگی	توجه به آداب و رسوم محلی	۳/۴۱	۰/۴۵۳	۰/۴۰۲	۶/۰۹	۲۲۹	۰/۶۵۴
	تفاوت‌ها و تعارض‌ها	۳/۲۹	-۰/۶۰	۰/۲۵۷	۰/۸۷۶	۲۲۹	۰/۰۷۶
	فرهنگ مشارکت در برنامه‌ریزی	۳/۵۹	-۰/۴۳۸	۰/۲۴۳	۱۰/۹۸	۲۲۹	۰/۵۴۳
مجموع	۳	۳/۴۳	۰/۰۷۶	۰/۱۹۷	۴/۰۸	۲۲۹	۰/۱۲۱
توانمندسازی		۳/۴۲	۰/۲۷۶	۰/۱۵۴	۳/۵۶	۲۲۹	۰/۰۵۶

در ادامه به منظور مشخص کردن بُعدی که بیشترین تأثیر را در وضع موجود توانمندسازی زنان روستایی مطالعه‌شده دارد از آزمون تحلیل مسیر بهره گرفته شد. در ابتدا برای سنجش تأثیرات مستقیم، مجموع تلفیقی ابعاد توانمندسازی زنان روستایی تحت عنوان توانمندسازی به منزله متغیر وابسته و تمامی ابعاد توانمندسازی زنان به منزله متغیر مستقل و در ادامه هر یک از ابعاد نیز به ترتیب با توجه به مدل نظری ارائه شده به منزله متغیر مستقل وارد مدل شدند و تأثیرات آن‌ها سنجیده شد. بعد از وارد کردن و جایگزینی تک تک ابعاد به منزله متغیر وابسته و سایر ابعاد به منزله متغیر مستقل با ضرب کردن کلیه مسیرها به بعد مدنظر و در نهایت جمع کردن همه مسیرهای ضرب شده به بعد مدنظر، میزان تأثیرات غیر مستقیم نیز مشخص شد و در آخر نیز با جمع کردن تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم، بار کلی و میزان اثرگذاری نهایی هر بعد (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) بر وضع موجود قابلیت توانمندسازی زنان روستایی مشخص شد. همان‌طور که در جدول ۱۷ مشاهده می‌شود، بعد اقتصادی با بار کلی برابر ۰/۵۷۸ مؤثرترین بعد در وضع موجود است. این بعد علاوه بر اثرگذاری مستقیم به صورت غیر مستقیم و با اثرگذاری بر وضعیت ابعاد اجتماعی و فرهنگی به صورت غیر مستقیم نیز نقش بسزایی در وضع اثرگذاری گردشگری بر توانمندسازی زنان روستایی بر جای گذاشته است. این امر بر اهمیت بعد اقتصادی تأکید دارد.



شکل ۱: مدل نهایی ارتباط ابعاد توانمندسازی

جدول ۱۷: اثر مستقیم، غیرمستقیم و کلی هر یک از ابعاد تأثیرگذار در توانمندسازی زنان روستایی

دارایی‌ها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	بار کلی
اقتصادی	۰/۳۸۹	۰/۱۸۹	۰/۵۷۸
اجتماعی	۰/۳۰۵	-	-
فرهنگی	۰/۲۷۶	۰/۰۳۱	۰/۳۰۶

نتیجه‌گیری

توانمندسازی یکی از روش‌های نوین توسعه نیروی انسانی با هدف بهبود عملکرد، افزایش بهره‌وری، استفاده از ظرفیت‌ها و آماده‌کردن آنان برای چالش‌های آتی است. در حال حاضر، نقش حیاتی زنان در بسیاری از امور مربوط به توسعه، مانند تأمین امنیت غذایی، پایداری محیط‌زیست، ریشه‌کنی فقر، کنترل جمعیت و توسعه اجتماعی برای جامعه بین‌المللی روشن شده است. توانمندسازی روستاییان با توسعه گردشگری، نقش مهمی در غلبه بر انگاره‌های توسعه‌نیافتگی و بهبود تعاملات و ارتباطات اجتماعی ساکنان این نواحی داشته است. از آنجاکه توسعه گردشگری در نواحی روستایی نتایج و پیامدهای مثبت گوناگونی به همراه داشته است، تحقیق حاضر با الهام از این رویکرد، به ارزیابی نقش گردشگری اجتماع‌محور در توانمندسازی زنان روستاهای استان اصفهان پرداخته است و به‌طور مشخص در پی پاسخ به این سؤال بوده که رونق فعالیت گردشگری در این روستاها چه نقشی در توانمندی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان ساکن این مناطق داشته است؟

همان‌طور که یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند، در بعد اقتصادی گردشگری اجتماع‌محور در توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی تأثیرات مثبتی داشته است. بیشترین تأثیر گردشگری از نظر اقتصادی، مربوط به شاخص افزایش فرصت‌های شغلی زنان بوده است. از دیگر تأثیرات گردشگری در روستا می‌توان به افزایش درآمد، بهبود کیفیت زندگی، افزایش تقاضا برای کالای جدید، کیفیت درآمد و ثروت، افزایش خرید ملک به‌دست زنان، ایجاد بازارهای محلی مناسب، افزایش تبادلات اقتصادی، فروش صنایع دستی، ایجاد خانه‌های بوم‌گردی اشاره کرد. با رونق فعالیت گردشگری، فعالیت‌های خدماتی در روستا افزایش یافته است؛ به‌ویژه جوانان به این مشاغل تمایل بیشتری نشان داده و تمایل زنان برای فعالیت در بخش کشاورزی کمتر شده است. با ورود گردشگران و تمایل زنان برای کار در بخش گردشگری، تقاضا برای غذاهای محلی و

محصولات لبنی افزایش یافته، افراد زیادی در این بخش مشغول شده‌اند. با توجه به نتایج به‌دست آمده، می‌توان بیان کرد که گردشگری تأثیرات اقتصادی در خور توجهی در توانمندسازی زنان در مناطق مطالعه‌شده داشته است. همچنین تحلیل‌های آماری به‌کاررفته در این پژوهش، نشان دادند که توسعه و شکوفایی گردشگری در توانمندسازی اجتماعی ساکنان روستاهای منطقه مطالعه‌شده نیز تأثیر بسزایی دارد؛ به طوری که نتایج حاصل از آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد که شاخص افزایش حس تعلق مکانی را در بعد اجتماعی داشته است. با بررسی دیگر نماگرهای مرتبط از قبیل علاقه‌مندی به آموزش و افزایش مشارکت‌های گروهی نتیجه می‌گیریم که با رشد گردشگری تمایل به ماندگاری در روستا و حفظ فرهنگ و آداب و سنن روستایی بیشتر شده و امروزه احیای سنت‌های فرهنگی و بومی به‌منزله جاذبه‌ای برای جذب گردشگر توجه روستاییان را جلب کرده است، شاخصه‌ای که گردشگری اجتماع‌محور به آن توجه دارد و بر آن تأکید کرده است. همچنین بررسی نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای در بعد اجتماعی، نشان می‌دهد که توسعه فعالیت‌های گردشگری در روستاهای مطالعه‌شده به‌منظور توسعه روستا، به فعالیت‌های گروهی، همکاری و تعامل با یکدیگر منجر شده است؛ به طوری که در جلسه‌های عمومی روستا شرکت می‌کنند و درباره حل مشکلات روستا، هم‌فکری و مشورت در امور مربوط به روستا، صیانت از جاذبه‌های گردشگری روستا، شناخت مسائل گردشگری روستا، معرفی جاذبه‌های روستا به دیگران و کسب مهارت‌های لازم برای فعالیت‌های گردشگری ترغیب شده‌اند. در بعد فرهنگی نیز در میان نماگرها، بیشترین تأثیرگذاری در گویه‌های حفظ الگوهای فرهنگی در زمینه موسیقی، لباس، صنایع دستی با میانگین ۳/۸۳ و اعتمادبه‌نفس بیشتر برای فعالیت‌های عمومی با میانگین ۳/۷۹ است. گردشگری اجتماع‌محور از طریق ترکیب و به‌کارگیری هم‌زمان منابع داخلی و خارجی توانسته است منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زیادی را برای این ناحیه از مناطق روستایی به همراه داشته باشد. درنهایت نتایج این تحقیق بیانگر و مؤید تأثیرگذاری گردشگری اجتماع‌محور در توانمندسازی زنان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در مناطق مطالعه‌شده است. در ادامه گزینه‌های زیر پیشنهاد می‌شوند:

۱) تکیه بر کارآفرینی و استفاده از ظرفیت آن در توسعه گردشگری؛

۲) آموزش دانش بومی و محلی به زنان برای ظرفیت‌سازی و رونق گردشگری؛

۳) مشارکت و تلاش فکری زنان به‌منظور بالفعل کردن ظرفیت‌های گردشگری اجتماع‌محور.

سپاس‌گزاری

از حمایت‌های معنوی دانشگاه اصفهان کمال تشکر را دارم.

ORCID:

Ahmad Hajarian

 <http://orcid.org/0000-0003-4487-3586>

منابع

- اقدسی، سحر، امیدی نجف‌آبادی، مریم و فرج‌الله حسینی، سیدجمال (۱۴۰۱). مطالعه رفتار کارآفرینی بوم‌گردی زنان روستایی در استان فارس با استفاده از نظریه داده‌بنیاد. گردشگری و توسعه، ۱۱(۴)، ۵۱-۶۴. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.304775.2450>
- امامی، سیده فاطمه، دربان آستانه، علیرضا، رضوانی، محمدرضا و قدیری، مجتبی (۱۴۰۰). تبیین نقش مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری اجتماع‌محور (مطالعه موردی: روستاهای استان گیلان). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۳۶)، ۱-۲۷. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.20175.3406>
- امینی، امیرمظفر و احمدی شاپورآبادی، محمدعلی (۱۳۸۸). خوداتکایی اقتصادی زنان روستایی و تبیین عوامل اقتصادی مؤثر بر آن (مطالعه موردی در دو منطقه جلگه‌ای و کویری مرکز استان اصفهان). زن در توسعه و سیاست، ۷(۴)، ۲۴-۴۳. https://jwdp.ut.ac.ir/article_19741.html?lang=en
- حسن‌پور بغده‌کندی، حسن (۱۳۹۱). وضعیت و جایگاه مشارکت و عوامل مؤثر بر آن در برنامه‌ریزی روستایی، مطالعه موردی: جمعیت روستایی شهرستان بوکان. فصل‌نامه علمی- پژوهشی اطلاعات جغرافیایی سپهر، ۲۱(۸۱)، ۸۰-۸۵. <https://doi.org/20.1001.1.25883860.1391.21.81.14.6>
- خواجه شاهکویی، علیرضا، خوش‌فر، غلامرضا و کریمی، لیلا (۱۳۹۱). نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی (مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۳)، ۱۰۶-۱۲۵. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_463.html?lang=fa
- رضایی، روح‌اله و زارعی، شیما (۱۳۹۳). بررسی دیدگاه زنان روستایی در مورد تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی آنان (مورد مطالعه: روستای حسن‌خان، شهرستان قروه). زن در توسعه و سیاست، ۱۲(۲)، ۲۸۷-۳۰۴. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2014.52360>
- تولایی، سیمین، سلیمانی، محمد، جهانی دولت آباد، رحمان، جهانی دولت آباد، اسماعیل (۱۳۹۶). نقش مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری پایدار (مطالعه موردی: سرعین). پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ۴۹(۱)، ۹۵-۱۱۳. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2017.53814>
- شفیعی ثابت، ناصر و هراتی فرد، سعیده (۱۳۹۸). توانمندسازی ذی‌نفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات ادراک‌شده از گردشگری. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۲۹)، ۷۱-۹۰. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.15957.3016>
- شعبانی نشتایی، میترا، اسماعیل‌پور، فریبا (۱۳۹۹). شناسایی ابعاد محتوایی برند مقصد گردشگری و اثرگذاری آن در توانمندسازی گردشگران؛ یک پژوهش ترکیبی. گردشگری و توسعه، ۹(۲)، ۱۶۷-۱۸۲. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.178309.1695>
- کروبی، مهدی (۱۳۸۲). فرهنگ و گردشگری. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱(۲)، ۲۱-۴۷. <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1382.1.2.2.0>
- غنیان، منصور، قدیری معصوم، مجتبی، مطیعی لنگرودی، سیدحسن و زرافشانی، کیومرث (۱۳۸۹). تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه‌میزبان (مطالعه موردی: منطقه اورامان). زن در توسعه و سیاست، ۸(۳)، ۳۲-۴۵. https://jwdp.ut.ac.ir/article_21270.html

- فلاحی، آزاده، مدرسی، میثم و زارعی، عظیم (۱۴۰۱). شناسایی و اولویت‌بندی مهم‌ترین موانع فرهنگی گردشگری اجتماع‌محور در ایران. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۳(۲)، ۸۵-۱۰۲. <https://doi.org/10.22108/gep.2022.131406.1467>
- قربانی، مهدی، عوض‌پور، لیلا و راسخی، ساره (۱۳۹۵). تحلیل سرمایه اجتماعی شبکه زنان روستایی در راستای توانمندسازی جوامع محلی (منطقه مورد مطالعه: روستای بزیجان، شهرستان محلات، استان مرکزی). مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۵(۲)، ۲۷۳-۲۹۴. <https://doi.org/10.22059/jisr.2016.59243>
- ضرغام بروجنی، حمید و بذرافشان، سیما (۱۳۹۶). موفقیت توسعه گردشگری مبتنی بر جامعه روستایی از دیدگاه جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای آسیاب سر، شهرستان بهشهر). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۵(۴)، ۱۱۹-۱۳۶.
- محمدزاده، پرویز، پناهی، حسین و صمدزاد، سعیده (۱۳۹۶). تبیین عوامل مؤثر بر سطح حمایت ساکنین شهر تبریز از توسعه گردشگری (با تأکید بر ابعاد اجتماعی- فرهنگی). گردشگری و توسعه، ۶(۱)، ۶۳-۷۷. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110409>
- مهدوی، داوود، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۹۵). طراحی راهبردهای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی- فرهنگی ایران. جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۰(۵۶)، ۲۷۵-۳۰۰. https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article_4993.html?lang=fa
- ورمزیاری، حجت، فتحی، مرضیه، کلاتتری، خلیل و شایق، محمد آصف (۱۴۰۲). تحلیل مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع‌محور در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: شهرستان‌های مریوان و سروآباد. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۸(۶۲)، ۲۴۱-۲۶۸. <https://doi.org/10.22054/tms.2023.73671.2838>
- Aghdasi, S., Omidi Najafabad, M., & Farajollah Hosseini, S. J. (2022). Studying the ecotourism entrepreneurial behavior of rural women in Fars province using basic theory. *Journal of Tourism and Development*, 11(4), 51-64. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.304775.2450>. [In Persian]
- Amini, A. M., & Shapurabadi, M. A. (2009). An Evaluation of economic self-reliance of rural women and delineation of related economic factors. *Woman in Development & Politics*, 7(4), 24-43. https://jwdp.ut.ac.ir/article_19741.html?lang=en. [In Persian]
- Dunn, S. (2007). *Toward empowerment: Women and community-based tourism in Thailand*. University of Oregon.
- Emami, S. F., Darban Astaneh, A., Rezvani, M. R., & Ghadiri, M. (2021). Explain the role of effective components on the development of community-based tourism (Case study: villages of Gilan province. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(36), 1-27. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.20175.3406>. [In Persian]
- Ghanian, M., Ghadiri Masoum, M., Motiee Langroodi, S. H., & Zarafshani, K. (2010). An analysis of rural tourism as perceived by the host community: A Gender Approach (case study: Oraman). *Woman in Development & Politics*, 8(3), 32-45. https://jwdp.ut.ac.ir/article_21270.html?lang=en. [In Persian]
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2017). Community-based tourism, responsible tourism, and infrastructure development and poverty. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(2), 1-28.
- Ghorban, M., Avazpour, L., & Rasekhi, S. (2016). Social Capital Analysis of Rural Women Network in Line with Empowerment of Local. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 5(2), 273-294.

<https://doi.org/10.22059/jjsr.2016.59243>. [In Persian]

Hassanpour Boghdekandi, H. (2012). Status and Position of Participation and its Influencing Factors in Rural Planning Case study; Village population of Boukan. *Scientific- Research Quarterly of Geographical Data (SEPEHR)*, 21(81), 80-85. <https://doi.org/20.1001.1.25883860.1391.21.81.14.6>. [In Persian]

Khajehshahkoyee, A., khoshfar, G., & karimi, L. (2013). The role of Tourism on Empowerment of the rural women (Case Study: Ziyarat rural of Gorgan). *Journal of Tourism Planning and Development*, 1(3), 106-125. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_463.html. [In Persian]

karubi, M. (2003). Culture and Tourism. *Tourism Management Studies*, 1(2), 21-47. <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1382.1.2.2.0>. [In Persian]

Mahdavi, D., Roknoddin Eftekhari, A., & Sojasi Gheidari, H. (2016). Design Strategies for the Sustainable Development of Tourism Iranian Historic- Cultural Villages. *Journal of Geography and Planning*, 20(56), 275-300. https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article_4993.html?lang=en. [In Persian]

Mohamadzadeh, P., panahi, H., & samadzad, S. (2017). Specifying the Effective Factors on the Level of Residents Support in Tabriz City from Tourism Development (With an Emphasis on the Social - Cultural Aspects). *Journal of Tourism and Development*, 6(1), 63-77. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110409>. [In Persian]

Megarry, K. (2008). Tourism and Kudumbashree: a southern solution empowering women through tourism. In *Tourism development: Growth, myths and inequalities* (pp. 217-238). Wallingford UK: CABI.

Scheyvens, R. (2003). Local involvement in managing tourism. In *Tourism in destination communities* (pp. 229-252). Wallingford UK: CABI Publishing. <https://doi.org/10.1079/9780851996110.0229>

Shabani Nashtae, M., & esmaeilpour, F. (2020). Identifying content dimensions of tourism destination brand and its effect on tourists' empowerment; a mixed method. *Journal of Tourism and Development*, 9(2), 167-182. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.1783091695>. [In Persian].

Shfieesabet, N., & Haratifard, S. (2019). Empowerment of Local Stakeholders for Participation in Sustainable Tourism Development with Mediating Role of Perceived Tourism Effects. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(29), 71-90. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.15957.3016>. [In Persian]

Tavalaee, S., Soleimany, M., Jahani Dowlatabad, R., & Jahani Dowlatabad, E. (2017). The role of participation in sustainable tourism industry (Case study: Sarein). *Human Geography Research*, 49(1), 95-113. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2017.53814> [In Persian]

Telfer, D. J. (2003). Development issues in destination communities. *Tourism in destination communities*, 155-180. <https://doi.org/10.1079/9780851996110.0155>

Timothy, D. J. (2006). Empowerment and stakeholder participation in tourism destination communities. In *Tourism, power and space* (pp. 213-230). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203392096>

- Tolkach, D., & King, B. (2015). Strengthening Community-Based Tourism in a new resource-based island nation: Why and how?. *Tourism Management*, 48, 386-398. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.013>
- Rezaei ,R. ,& Zareei ,S. (2014). Viewpoints of Rural Women on Effect of Social Capital Components on their Empowerment (Case study: Hassan- Khan Village ,Ghorveh Township). *Woman in Development & Politics*, 12(2), 287-304. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2014.52360>. [In Persian]
- Usher, L., & Morais, D. B. (2010). Women's human agency and self-determination in Guatemalan tourism development. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), 507-518. <http://www.pasosonline.org/Publicados/8410/PASOS22.pdf#page=85>
- Varmazyari. H., Fathi, M., kalantari., K., & Shaiq, M. A. (2023). Analyzing components of community-based tourism development in rural areas; case of Marivan and Sarvabad counties. *Tourism Management Studies*, 18(62), 241-268. <https://doi.org/10.22054/tms.2023.73671.2838>. [In Persian]
- Zasada, I., Häfner, K., Schaller, L., van Zanten, B. T., Lefebvre, M., Malak-Rawlikowska, A., ... & Viaggi, D. (2017). A conceptual model to integrate the regional context in landscape policy, management and contribution to rural development: Literature review and European case study evidence. *Geoforum*, 82, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.03.012>
- Zargham Boroujeni, H., & Bazrafshan, S. (2017). The Success of Rural Community-Based Tourism Development from the Perspective of the Local Community (Case Study: Asiab-Sar Village, Behshahr County). *Journal of Research and Rural Planning*, 5(4), 119-136. <https://doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.53821> [In Persian].
- Zielinski, S., Jeong, Y., & Milanés, C. B. (2021). Factors that influence community-based tourism (CBT) in developing and developed countries. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 1040-1072. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1786156>