

The Role of Effective Organizational Factors in Rural Women Entrepreneurship and its Feedback in the Development of Food Tourism (Case Study, Serulat Village Located in Guilan Province)

ARTICLE INFO

Article Type
Research Article

Authors

Samaneh Hosseinpour Niazi¹
Homa Salehi^{2*}
Shoreh Taj³

How to cite this article

Samaneh Hosseinpour Niazi, Homa Salehi, Shoreh Taj, The Role of Effective Organizational Factors in Rural Women Entrepreneurship and its Feedback in the Development of Food Tourism (Case Study, Serulat Village Located in Guilan Province), *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2021:5:429-438.

1. PhD student, Department of Geography and Rural Planning, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
2. Department of Human Geography, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author).
3. Department of Human Geography, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

* Correspondence:

Address:
Phone:
Email: salehi.kh.homa@gmail.com

Article History

Received: 2021/05/01
Accepted: 2021/08/14

ABSTRACT

Food tourism is more than just trying to experience new foods in other communities. As a result, food, in addition to being a means for the tourist, is a tourist destination. Accordingly, the purpose of this study is to investigate the role of organizational factors affecting the entrepreneurship of rural women and its feedback in the development of food tourism in the village of Serulat located in Guilan province. The present study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in nature and method. The statistical population of the study was 509 people including 261 males and 248 females who live in Serulat village. In this study, the required sample size was calculated using Cochran's formula at 95% confidence level and 1% error to 93 rural women. In order to collect information, the library method was used for the theoretical foundations of the research, as well as a questionnaire and interviews with village officials and experts. In order to assess the validity of the questionnaire from the content validity method and to determine the reliability, the questionnaire was distributed twice in 30 days with an interval of 30 days among rural households and tourists in the study area. The results obtained were used twice to compare the two ratios to determine the reliability of the questionnaire. The ratio of answers is the same in two turns and in fact the questionnaire is valid. The research hypothesis was tested by trait independence test using chi-square distribution. The results showed that there is a significant relationship between the organizational characteristics of rural women entrepreneurs and the development of food tourism.

Keywords: Rural Women Entrepreneurship, Food Tourism, Serulat Village

نقش عوامل سازمانی موثر (خانواده، نظام، تعلیم و تربیت و...) در سبک کارآفرینی زنان روستایی و بازخورد آن در توسعه گردشگری غذایی

سمانه حسین پور نیازی^۱

دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

هما صالحی^{۲*}

گروه جغرافیا انسانی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

شهره تاج^۳

گروه جغرافیای انسانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

گردشگری غذایی چیزی بیش از تلاش برای تجربه سی غذاهای جدید دیگر جوامع است. در نتیجه غذا، علاوه بر این که وسیله‌ای برای گردشگر است، به عنوان یک هدف گردشگری مطرح می‌شود. بر این اساس هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش عوامل سازمانی مؤثر در کارآفرینی زنان روستایی و بازخورد آن در توسعه گردشگری غذایی در روستای سرولات واقع در استان گیلان می‌باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۵۰۹ نفر شامل ۲۶۱ نفر مرد و ۲۴۸ نفر زن بوده که در روستا سرولات زندگی می‌کنند. در این پژوهش حجم نمونه مورد نیاز، با استفاده از فرمول کوکران در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۱٪ به تعداد ۹۳ نفر از زنان روستا محاسبه شد. جهت جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای برای مبانی نظری تحقیق و همچنین از پرسشنامه و انجام مصاحبه با مسئولین و کارشناسان روستا استفاده شد. به منظور سنجش روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و برای تعیین پایایی، پرسشنامه در دو نوبت به فاصله زمانی ۳۰ روز بین ۳۰ نفر از خانوارهای روستایی و گردشگران منطقه مورد مطالعه توزیع گردید. نتایج به دست آمده در دو نوبت از آزمون مقایسه دو نسبت برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد. نسبت پاسخ‌ها در دو نوبت یکسان بوده و در واقع پرسشنامه اعتبار دارد. آزمون فرضیه پژوهش از طریق آزمون استقلال صفات به کمک توزیع کای دو انجام شد. نتایج نشان داد بین ویژگی‌های سازمانی زنان کارآفرین روستایی و توسعه گردشگری غذایی رابطه معناداری وجود دارد.

کلید واژگان: خانواده، نظام تعلیم و تربیت، کارآفرینی زنان روستایی، گردشگری غذایی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۲۳

* نویسنده مسئول: salehi.kh.homa@gmail.com

مقدمه

با توسعه کارآفرینی، فرصت‌های جدید اقتصادی ظهور می‌یابد، کسب و کارهای جدیدی در جامعه پدید می‌آید و کل اقتصاد شکوفا می‌شود (۱). در این بین زنان نقش مهمی در ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می‌کنند؛ بنابراین، هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آن‌ها در امور مختلف اقتصادی - اجتماعی به خصوص فعالیت‌های کارآفرینی، عامل مهمی در انگیزش بیشتر این نیروی عظیم در چرخه‌های تولیدی اجتماعی است. زنان با کارآفرینی می‌توانند توانایی‌های خود را آشکار سازند و موانعی که در بروز استعدادها خود دارند را رفع نموده و هر روز بیشتر و بیشتر بر جسارت‌های خود بیفزایند.

بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیقات دیده بان جهانی کارآفرینی از هر ۱۰۰ نفر در جهان ۷ زن کارآفرین می‌شوند (۲). در حال حاضر در آمریکا تعداد ۹.۱ میلیون از زنان صاحب مشاغل جدید هستند. این میزان ۳۸ درصد از کل مشاغل موجود در ایالات متحده را شامل می‌شود. این مشاغل سبب اشتغال ۲۷.۷ میلیون نفر شده است ۸۰ درصد جمعیت کارگران آمریکا نیز از زنان هستند (۳). بنابراین، هویت دادن و استقلال بخشیدن به زنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آن‌ها در امور مختلف اقتصادی - اجتماعی به خصوص فعالیت‌های کارآفرینی، عامل مهمی در انگیزش بیشتر این نیروی عظیم در چرخه‌های تولیدی اجتماعی است (۴).

از سوی دیگر کارشناسان گردشگری معتقدند توریسم غذا، تجسمی از ارزش‌های سنتی به شمار می‌رود که در توسعه گردشگری مدرن و امروزی متبلور شده و مورد استفاده قرار گرفته است. به گفته آنان توریسم غذا مبین فرصتی است که گردشگری را احیا کرده و آن را متنوع می‌کند، علاوه بر این، موجب توسعه اقتصادی محلی و بومی شده و به اشتغالزایی منجر می‌شوند (۵). بوژکوسکا در سال ۲۰۱۴ در مقاله خود از غذاهای محلی به عنوان یکی از جنبه‌های کاربردی برای شناخت فرهنگ هر منطقه نام برد. تفاوت‌های فرهنگی در آماده سازی، پختن، سرو کردن و نحوه خوردن غذا تأثیر می‌گذارد. به همین دلیل، گردشگر در طول سفر جدیدی درباره سبک غذای محلی منطقه به دست آورده و با غذاهای جدیدی مواجه می‌شود که به احتمال زیاد در محل زندگی‌اش ندیده است (۶).

در سال‌های اخیر در کشور، گردشگری غذایی همچون گردشگری مذهبی، فرهنگی، طبیعی به عنوان یکی از راه‌های جذب گردشگر شناخته شده است که کارشناسان با توجه به ظرفیت‌های فراوان موجود بر ضرورت توسعه این نوع گردشگری تأکید دارند. ایران با ۲۵۰۰ نوع غذای سنتی یکی از غنی‌ترین سفره‌های جهان را در اختیار دارد، شیوه طبخ غذای ایران بعد از سبک پخت غذای چینی سومین سبک شناخته شده در جهان است، ایران به دلیل شیوه‌های پخت و تهیه غذا با رعایت اصول اسلامی، سهمی جدی و قابل توجه در بازار غذای حلال و البته جذب گردشگران غذایی و علاقه مند به تجربه غذاهای جدید دارد (۷). جذب گردشگر غذایی گریزگاه قابل اطمینانی برای صدور مهمان نوازی و هنرمندی مردمان ایران زمین به سرتاسر جهان خواهد بود (۸).

در روستای سرولات گیلان طبیعت به وفور همه چیز را در اختیار مردم قرار داده است این منطقه همه زیبایی‌ها از جمله منظره کوه و دریا، رودخانه‌ای خروشان با آب گوارا، غذاهای گیلانی و سوغاتی‌های با عطر و بوی خوش را با هم دارد. غذاهای خوش‌طعم گیلانی مانند ماهی، مرغ شکم‌پر، باقالا قاقق، کباب‌ترش، میرزا قاسمی و... از تنوع غذایی این روستا به شمار می‌آیند. بر این اساس فعالیت‌های کارآفرینی زنان، از جمله توجه به صنعت گردشگری غذایی نه تنها موجب جذب گردشگران می‌شوند، بلکه زمینه‌های کاهش فقر در روستا را فراهم نموده و محدوده مورد مطالعه را به سوی توسعه روستایی سوق می‌دهد. بر این اساس هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش عوامل سازمانی مؤثر در کار آفرینی زنان روستایی و بازخورد آن در توسعه گردشگری در روستای سرولات واقع در استان گیلان می‌باشد.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی **Entrepreneurs** به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن ۱۶ میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خویش تشریح نموده‌اند (۹) تیمونز (۱۹۸۹) معتقد است کارآفرینی درک یک فرصت است در حالی که دیگران آن را آشفتگی، سردرگمی و تناقض تلقی می‌کنند. از دیدگاه او شناسایی فرصت قلب کارآفرینی محسوب می‌شود.

از نظر رابرت هیستریج کارآفرینی فرآیند خلق چیزی متفاوت و با ارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن است با فرض همراه بودن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و نیز دریافت پاداش‌های مالی و رضایت فردی است. تعریف بالا به چهار جنبه اساسی از رفتار کارآفرین اشاره می‌کند. ویژگی‌های خاصی که کارآفرینی را از اقدامات مشابه با آن متمایز می‌کند شامل مواردی مانند کارآفرینی یک فعالیت اقتصادی و پویا است. کارآفرینی هم‌زمان نوآوری است. کارآفرینی به پتانسیل سودآوری وابسته است. کارآفرینی مستلزم ریسک‌پذیری است (۱۰) پریزاد و نظری در مقاله خود تحت عنوان بررسی فرصت‌های کارآفرینی با توجه به چالش‌های سیاسی اقتصادی بعد از انقلاب اسلامی مؤلفه کارآفرینی را یکی از شاخص‌های تاثیرگذار بر رشد اقتصادی کشورها و از جمله عواملی که سیاست‌گذاران اقتصادی به آن توجه دارند داشتند. خدامرادپور، زنگنه و رضایی در پژوهش خود تحت عنوان تشخیص فرصت کارآفرینی، زمینه‌ساز اشتغال پایدار اعلام کردند که یافتن یک ایده و راه اندازی یک کسب و کار بر پایه آن را فرصت کارآفرینانه می‌گویند. در واقع فرصت، مرکز ثقل و پایه تمام فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشد.

زنان روستایی کارآفرین

روستا به عنوان یک محیط تولیدی همواره نقش مهمی در اقتصاد کشور ایفا می‌کند و زنان روستایی با تشکیل نیمی از جمعیت

روستایی، نقش مهمی در فعالیت‌های تولیدی روستا دارند. تحقق توسعه پایدار بدون استفاده از تمامی ظرفیت‌های بالقوه منابع انسانی ممکن نیست. زنان روستایی بخش مهمی از نیروی انسانی هستند، بیش از یک چهارم جمعیت کل جهان و حدود نیمی از جمعیت روستاهای ایران (۴۹ درصد) را تشکیل می‌دهند و با وجود حضور فعال آنها در فعالیت‌های تولیدی، متأسفانه در آمارهای رسمی، جزء جمعیت غیرفعال اقتصادی طبقه بندی شده‌اند. کار مولد اما پرداخت نشده‌ی زنان روستایی نقش مهمی در افزایش درآمد خانواده و کاهش هزینه‌های تولید و تشکیل سرمایه دارد و از همه مهمتر بیابانگر سهم آنها در اقتصادی ملی کشور است، اما با این وجود از جمله محروم‌ترین گروه‌های جامعه هستند که همواره به عنوان قشری آسیب‌پذیر در تله‌ای از دام محرومیت شامل بی‌قدرتی و فقر گرفتارند. یکی از دلایل فقر آنها، تحصیلات پایین است، نرخ باسوادی زنان روستایی ایران، ۶۲ درصد است. از سویی دیگر، از امکانات کمتری از لحاظ میزان سرمایه، اعتبار و قدرت برخوردارند. زنان ۶۶ درصد از کارهای جهان را انجام می‌دهند و ۵۰ درصد از غذا را تولید می‌کنند، اما فقط ۱۰ درصد درآمد و یک درصد مالکیت‌ها را دارند. توسعه روستایی رهیافتی برای بهبود زندگی اجتماعی، اقتصادی روستاییان به ویژه فقرای روستایی است و در آن، بر تری منافع به فقیرترین افراد جامعه روستایی تاکید می‌شود. توسعه روستایی به معنای توسعه کشاورزی نیست، بلکه طیف وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود (۱۱). جلالی و میوه چی (۱۳۹۸) در مقاله خود تحت عنوان بررسی کارآفرینی زنان در کسب و کارهای خانوادگی (مرور مقالات در سطح بین‌المللی) به این نتیجه رسیدند که توجه رو به رشدی به نقش زنان در اداره و اجرای کسب‌وکارها در اقتصاد جهانی معطوف شده که عمدتاً به دلیل افزایش تاکید بر برابری جنسیتی است. کاظمی و مقیمی (۱۲) در مقاله خود تحت عنوان بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران نشان دادند که مهمترین موانع کارآفرینی زنان، از نظر مردان موانع زیربنایی و از نظر زنان عوامل محیطی است. فلاح و اصغری نویده (۱۳) در پژوهشی تحت عنوان ارائه الگویی برای موفقیت زنان کارآفرین در کسب‌وکارهای کوچک و زود بازده نشان دادند برای ایجاد یک کسب‌وکار کوچک و زودبازده موفق عواملی چون نیازسازی، فرصت‌یابی، باور درونی، اعتمادبه‌نفس، تعهد، مخاطره‌پذیری، پشتکار، تأمین سرمایه، آموزش، روابط اجتماعی، راهبرد، خلاقیت، نوآوری و استقلال مؤثر هستند.

گردشگری غذایی

گردشگری غذایی در واقع یک فعالیت عمومی است و فقط شامل خوردن غذا نمی‌شود بلکه همه‌ی جنبه‌های آن را از فروشنده‌های دوره گرد گرفته تا رستوران‌های لوکس را در بر می‌گیرد، به عبارت دیگر، هر کسی که به هر شکلی با غذا ارتباط دارد، جزئی از این صنعت است (۱۴) در کنار جذابیت غذا از نظر طعم و کیفیت، تازگی، منحصر بفرد بودن، طعم و عطر و ارگانیک و طبیعی بودن آن هم اهمیت زیادی دارد زیرا فرهنگ آشپزی یک منطقه را شکل

و ارگانیک بودن اهمیت و جذابیت زیادی دارند و تشکیل‌دهنده فرهنگ آشپزی آن منطقه هستند. هدف از گردشگری غذایی، آشنایی با جزییات این فرهنگ فارغ از رده‌بندی و دیدگاه‌های تخصصی است و در حقیقت ساده‌تر بودن غذاها باعث افزایش جذابیت گردشگری غذایی می‌شود.

حسینی و همکاران (۱۶) در مقاله‌ای تحت عنوان واکاوی موانع گردشگری روستایی برای رسیدن به توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینانه (مورد مطالعه: شهرستان کیار- استان چهارمحال و بختیاری) به بررسی و احصای مسائل و موانع گردشگری روستایی و بررسی جایگاه آن در توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان کیار با تأکید بر کارآفرینی پرداخته‌اند. براساس نتایج این پژوهش، ضعف دسترسی به امکانات زیرساختی و خدمات اجتماعی برای توسعه گردشگری، قوانین دست‌وپا گیر در راه‌اندازی کسب و کارهای گردشگرمحور، ضعف فرهنگی، ضعف مشارکت مردم در فعالیتهای اقتصادی، ضعف در تأمین منابع مالی مشاغل گردشگرمحور، بی‌اعتمادی مردم به مسئولان و مدیران برای اقدام به فعالیتهای کارآفرینانه گردشگری، بی‌اطلاعی از مشاغل حوزه گردشگری، نبود نهادهای مشاوره‌ای، خطرپذیری کم مردم برای ورود به فعالیتهای گردشگری و قوانین محیط‌زیستی سختگیرانه، به ترتیب اولویت‌های اول تا دهم موانع تحقق گردشگری روستایی در شهرستان کیارند. سرور و همکاران (۱۷) در مقاله‌ای تحت عنوان طراحی مدل توسعه گردشگری غذا در ایران با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری، نشان دادند عامل تهیه غذای سالم و رعایت نکات و اصول بهداشتی در مراحل مختلف تهیه و سرو آن با قدرت نفوذ ۹ بیشترین تأثیر در توسعه گردشگری غذا در ایران عمل می‌کند همچنین برگزاری جشنواره‌ها و ترویج مصرف غذاهای محلی نقش مهمی در خلاقیت این حوزه دارد. بر اساس مطالب ذکر عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در جدول (۱) اشاره می‌شود.

می‌دهد و باعث جذب گردشگر می‌شود. غذاهای محلی تأثیر مهمی در معرفی مقاصد گردشگری می‌گذارند و باعث جذب گردشگر می‌شوند. امروزه گردشگری غذا یکی از جذابترین و محبوبترین انواع گردشگری شناخته شده است.

گردشگری غذا به طور عام و گردشگری غذای بومی به طور خاص تا حدود زیادی خارج از دامنه‌ی مطالعات و برنامه‌های گردشگری قرار دارند. این درحالی است که تنوع اقلیمی و فرهنگی موجود در ایران فرصت‌های ارزشمندی را در این باره به ما عرضه کرده است. البته باید توجه داشت که این تنوع به خصوص در رابطه با پدیده‌های فرهنگی به میان آمده و در جامعه‌ی در حال توسعه‌ی ایران به علت تغییرات فرهنگی و اجتماعی در خطر محو شدن از ذهنان و زندگی روزمره‌ی مردم است. گردشگری غذا باعث افزایش آگاهی از هویت و فرهنگ مقصد گردشگری می‌شود و فرصت بزرگی برای شناساندن تولیدات غذایی محلی ایجاد می‌کند. استان گیلان با داشتن بیش از ۱۷۰ نوع غذا در آستانه‌ی ثبت جهانی یونسکو قرار گرفته است. در حال حاضر ۳۴ شهر از کشورهای مختلف، از سال ۲۰۰۳، گردشگری خالق را به شکل‌های گوناگون به نام خود ثبت کرده‌اند. شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری غذا دانش لازم را برای ایجاد زیرساخت‌ها و زیربناهای مورد نیاز توسعه‌ی گردشگری کشور فراهم می‌آورد و در اختیار سیاست‌گذاران و مدیران اجرایی ملی مسئول توسعه‌ی بخش‌های اقتصادی و اجتماعی قرار می‌دهد (۱۵).

گردشگری غذایی یک فعالیت عمومی و همه‌جانبه است و تمامی جنبه‌های غذا از دستگاه‌های فروش خودکار و فروشندگی‌های دوره‌گرد گرفته تا رستوران‌های لوکس و درجه‌یک را پوشش می‌دهد و هرکسی که به هر شکلی با غذا سروکار دارد، قسمتی از این صنعت محسوب می‌شود. اکثریت مردم فقط به طعم و کیفیت غذا و نوشیدنی توجه دارند و لزوماً نیازی به صرف آن در رستوران‌های گران‌قیمت و با برچسب ممتاز احساس نمی‌کنند. در کنار جذابیت غذاهای ممتاز، غذاهای مناطق مختلف، به دلیل عواملی مثل تازگی، منحصر بودن به منطقه‌ای خاص، فصل تهیه، ماندگاری

جدول ۱. عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی

حمایت مالی و تأمین سرمایه (همسر، خانواده شخصی (پدر و مادر و...))، صندوق‌های مالی
عوامل انگیزشی
حمایت خانواده
عضویت در شرکت‌های تعاونی
بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات
فقدان برنامه جامع برای پرورش نیروی انسانی
ضعف در برنامه ریزی بلند مدت
نظام تعلیم و تربیت (وضعیت آموزشی)
امکان بیش بینی میزان تقاضا برای محصولات و خدمات
قوانین و مقررات سخت گیرانه
وجود نهادهای مشاوره‌ای

سازمانی

مواد و روش ها

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۵۰۹ نفر شامل ۲۶۱ نفر مرد و ۲۴۸ نفر زن بوده که در روستا سرولات زندگی می‌کنند. در این پژوهش حجم نمونه مورد نیاز، با استفاده از فرمول کوکران در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۱٪ به تعداد ۹۳ نفر از زنان روستا محاسبه شد. جهت جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای برای مبانی نظری تحقیق و همچنین از پرسشنامه و انجام مصاحبه با مسئولین و کارشناسان روستا استفاده شد. به منظور سنجش روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و برای تعیین پایایی، پرسشنامه در دو نوبت به فاصله زمانی ۳۰ روز بین ۳۰ نفر از خانوارهای روستایی و گردشگران منطقه مورد مطالعه توزیع گردید. نتایج به دست آمده در دو نوبت از آزمون مقایسه دو نسبت برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد. نسبت پاسخ‌ها در دو نوبت یکسان بوده و در واقع پرسشنامه اعتبار دارد. آزمون فرضیه پژوهش از طریق آزمون استقلال صفات به کمک توزیع کای دو انجام شد.

محدوده مورد مطالعه

استان گیلان از شمال به دریای خزر و کشور مستقل آذربایجان، از غرب به استان اردبیل، از جنوب به استان زنجان و قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می‌گردد. بر اساس آخرین تقسیمات کشوری شهرستان‌های استان عبارتند از: آستارا، آستانه

اشرفیه، املش، بندرانزلی، رودسر، رشت، رضوانشهر، رودبار، رودسر، سیاهکل، شفت، صومعه سرا، فومن، لاهیجان، لنگرود و رودسر. رودسر دارای ۴ بخش چابکسر، رحیم آباد، مرکزی و کلاچای و ۱۰ دهستان به نام های اوشیان، سیاهکلرود، اشکورسفلی، اشکور علیا، رحیم آباد، شوپیل، چینیجان، رضامحله، بیبالان و ماچیان است. این شهرستان ۴۲۳ آبادی دارد که ۲۳۲ آبادی آن دارای جمعیت فصلی هستند. همچنین این شهرستان دارای ۵ شهر به نام های رودسر، کلاچای، چابکسر، رحیم آباد و اجارگاه است (۱۸). دهستان اوشیان که مرکز آن روستای قاسم آبادسفلی است، در شرق شهرستان رودسر و منتهی الیه شرق استان گیلان بین عرض جغرافیایی ۳۶ درجه و ۵۲ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۲ دقیقه شمالی و طول جغرافیایی ۵۰ درجه و ۲۷ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۳۷ دقیقه شرقی قرار گرفته است

سرولات یکی از روستاهای کوهپایه‌ای شهرستان رودسر است که در دهستان اوشیان بخش چابکسر قرار داشته و از شمال به چابکسر، از شرق به روستای جنگسرا و کوه، از غرب به روستای شمشادپشته و کوه و از جنوب به کوه و روستای جنگسرا محدود می‌گردد. طبق آمار سال ۱۳۹۵ اخذ شده از نهضت سواد آموزی ۷۹/۳ درصد اهالی سرولات با سواد هستند.

جدول (۲). جدول وضعیت اشتغال روستای سرولات (ماخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)

سال	شرح	جمعیت ۱۰ ساله			جمعیت غیر فعال
		و بیشتر	جمع	شاغل	
۱۳۹۵	تعداد	۵۱۹	۲۱۵	۱۹۹	۳۰۴
	درصد	۸۸/۷	۴۱/۴	۶/۹۲	۵۸/۶

متوسط ب (۵۰۰ نفر - ۹۰۰ نفر) می‌باشد و تعداد واحدهای مسکونی در این روستا ۲۹۵ واحد بوده که مصالح استفاده شده در ساخت این بناها بلوک سیمانی می‌باشد. تعداد ویلاهای ساخته شده در این منطقه نیز ۲۵ واحد می‌باشد. سوغاتی‌های روستای سرولات شامل انواع ترشی‌های محلی، لواشک‌ها و آلوچه‌های ترش، کلوچه، نان سنتی، چای، پرتقال و آب پرتقال‌های آماده، رب انار و آلوچه، عروسک‌های بافتنی، شال و رودوشی، لوازم حصیری، لوازم چوبی و ... هستند (۱۹).

یافته‌ها

تعداد خانوارهای شاغل در بخش‌های مختلف دامداری، ۲۵ خانوار است. توزیع انواع دام، طیور و کندوی عسل در روستا به صورت گوسفند، گاو، بز، قاطر و اسب، کندوی عسل می‌باشد. دامداری و پرورش طیور به شرح ذیل می‌باشد (رمضانی، ۱۴۰۰).

این روستا دسترسی به فیبر نوری از سال ۱۳۹۵ دارد. تعداد مشترکین تلفن ثابت در این منطقه ۲۵۲ خانوار می‌باشد و شبکه‌های تلفن همراه ایرانسل و همراه اول تحت پوشش قرار دارد. اهالی این روستا دسترسی به اینترنت موبایل دارند. شبکه‌های سراسری و استانی در سرولات به صورت کانال‌های دیجیتال و با کیفیت عالی در دسترس ساکنین می‌باشد. تیپ و شکل روستا هسته‌ای بوده و نوع روستا

جدول ۳. جدول محاسبه آزمون سازمانی

ردیف	سؤال	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	جمع
۱	عوامل انگیزشی	۹	۱۲	۶	۲	۱	۳۰
۲	حمایت خانواده	۱۴	۱۱	۳	۱	۱	۳۰
۳	عضویت در شرکت تعاونی	۶	۹	۸	۲	۵	۳۰

۴	بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات	۹	۸	۷	۳	۳۰
۵	برنامه ریزی های بلند مدت	۹	۹	۵	۳	۳۰
۶	نظام تعلیم و تربیت و داشتن برنامه جامع برای پرورش نیروی انسانی	۶	۸	۵	۶	۳۰
۷	امکان پیش بینی میزان تقاضا برای محصولات و خدمات	۶	۸	۸	۴	۳۰
۸	قوانین و مقررات حمایت کننده	۳	۹	۹	۴	۳۰
۹	وجود سازمان های مشاوره ای	۵	۸	۷	۴	۳۰
۱۰	حمایت مالی و تأمین سرمایه از طرف نزدیکان و بستگان	۶	۹	۷	۳	۳۰
۱۱	حمایت مالی از طریق صندوق های مالی	۷	۸	۸	۴	۳۰
۱۲	جمع	۸۰	۹۹	۷۳	۳۹	۳۳۰

جدول (۴). جدول محاسبه آزمون فردی

ردیف	سؤال	۵	۴	۳	۲	۱	جمع وزنی
۱	عوامل انگیزشی	۴۵	۴۸	۱۸	۴	۱	۱۱۶
۲	حمایت خانواده	۷۰	۴۴	۹	۲	۱	۱۲۶
۳	عضویت در شرکت تعاونی	۳۰	۳۶	۲۴	۴	۵	۹۹
۴	بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات	۴۵	۳۲	۲۱	۶	۳	۱۰۷
۵	برنامه ریزی های بلند مدت	۴۵	۳۶	۱۵	۸	۳	۱۰۷
۶	نظام تعلیم و تربیت و داشتن برنامه جامع برای پرورش نیروی انسانی	۳۰	۳۲	۱۵	۱۲	۵	۹۴
۷	امکان پیش بینی میزان تقاضا برای محصولات و خدمات	۳۰	۳۲	۲۴	۸	۴	۹۸
۸	قوانین و مقررات حمایت کننده	۱۵	۳۶	۲۷	۱۰	۴	۹۲
۹	وجود سازمان های مشاوره ای	۲۵	۳۲	۲۱	۸	۶	۹۲
۱۰	حمایت مالی و تأمین سرمایه از طرف نزدیکان و بستگان	۳۰	۳۶	۲۱	۱۰	۳	۱۰۰
۱۱	حمایت مالی از طریق صندوق های مالی	۳۵	۳۲	۲۴	۶	۴	۱۰۱

H_1 : بین ویژگی های سازمانی کارآفرینی زنان روستایی و توسعه گردشگری غذایی رابطه معناداری وجود دارد.

$$\alpha = 0.05$$

$$k = \chi^2 = \sum \sum \frac{(m_{ij} - m'_{ij})^2}{m'_{ij}}$$

$$w(\chi^2 \geq \chi^2_{1-\alpha i(s-1)(t-1)}) = w(\chi^2 \geq \chi^2_{0.95 i(10-1)(3-1)}) =$$

$$w(\chi^2 \geq \chi^2_{0.95 i(18)}) = w(\chi^2 \geq \chi^2_{0.95 i(18)}) = w(\chi^2 \geq 31.041)$$

بر اساس جمع وزنی به دست آمده از بین ویژگی های سازمانی عامل حمایت خانواده بیشترین اثر را در توسعه گردشگری غذایی این روستا داشته است و بعد از آن به ترتیب عوامل انگیزشی، به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و برنامه ریزی بلندمدت مؤثر بوده است. شاخص های قوانین و مقررات حمایت کننده و وجود نهاد های مشاوره ای کمترین اثر را در توسعه گردشگری غذایی روستای سرولات نشان می دهد و بعد از آن به ترتیب نظام تعلیم و تربیت و امکان پیش بینی میزان تقاضا برای محصولات و خدمات و عضویت در شرکت های تعاونی کمترین اثر را دارند.

فرضیه پژوهش

H_0 : بین ویژگی های سازمانی کارآفرینی زنان روستایی و توسعه گردشگری غذایی رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول (۵). جدول فراوانی تجربی (مشاهده شده)

سؤال	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	جمع
۱	۹	۱۲	۶	۲	۱	۳۰
۲	۱۴	۱۱	۳	۱	۱	۳۰
۳	۶	۹	۸	۲	۵	۳۰
۴	۹	۸	۷	۳	۳	۳۰
۵	۹	۹	۵	۴	۳	۳۰
۶	۶	۸	۵	۶	۵	۳۰
۷	۶	۸	۸	۴	۴	۳۰
۸	۳	۹	۹	۵	۴	۳۰
۹	۵	۸	۷	۴	۶	۳۰
۱۰	۶	۹	۷	۵	۳	۳۰
۱۱	۷	۸	۸	۳	۴	۳۰
جمع	۸۰	۹۹	۷۳	۳۹	۳۹	۳۳۰

جدول ۶. جدول فراوانی نظری (محاسبه شده)

سؤال	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	جمع
۱	$\frac{80*30}{330} = 7/27$	$\frac{99*30}{330} = 9$	$\frac{73*30}{300} = 6/36$	$\frac{39*30}{330} = 3/54$	$\frac{39*30}{330} = 3/54$	۴/۷۱
۲	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۳	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۴	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۵	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۶	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۷	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۸	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۹	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۱۰	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱
۱۱	۷/۲۷	۹	۶/۳۶	۳/۵۴	۳/۵۴	۴/۷۱

جدول ۷. جدول محاسبه مقدار عددی ملاک آزمون

m_{ij}	m'_{ij}	$m_{ij} - m'_{ij}$	$\frac{(m_{ij} - m'_{ij})^2}{m'_{ij}}$
۹	۸.۲۷	۰.۷۳	۰.۰۶۴
۱۲	۹	۳	۱
۹	۴.۷۱	۴.۲۹	۳.۹۰۷
۱۴	۸.۲۷	۵.۷۳	۳.۹۷۰
۱۱	۹	۲	۰.۴۴۴
۵	۴.۷۱	۰.۲۹	۰.۰۱۷
۶	۸.۲۷	۲.۲۷	۰.۶۲۳
۹	۹	۰	۰
۱۵	۴.۷۱	۱۰.۲۹	۲۲.۴۸۰

۹	۸.۲۷	۰.۷۳	۰.۰۶۴۴
۸	۹	-۱	۰.۲۲۲
۱۳	۴.۷۱	۸.۲۹	۱۴.۵۹۱
۹	۸.۲۷	۰.۷۳	۰.۰۶۴۴
۹	۹	۰	۰
۱۲	۴.۷۱	۷.۲۹	۱۱.۲۸۳
۶	۸.۲۷	-۲.۲۷	۰.۵۴۸
۸	۹	-۱	۰.۲۲۲
۱۶	۴.۷۱	۱۱.۲۹	۲۷.۰۶۲
۶	۸.۲۷	-۲.۲۷	۰.۵۴۸
۸	۹	-۱	۰.۲۲۲
۱۶	۴.۷۱	۱۱.۲۹	۲۷.۰۶۲
۳	۸.۲۷	-۵.۲۷	۰.۰۱۲۰
۹	۹	۰	۰
۱۸	۴.۷۱	۱۳.۲۹	۳۷.۴۹۹
۵	۸.۲۷	-۳.۲۷	۰.۷۹۰۸
۸	۹	-۱	-۰.۲۲۲
۱۷	۴.۷۱	۱۲.۲۹	۳۲.۰۶۸
۶	۸.۲۷	-۲.۲۷	۰.۵۴۸
۹	۹	۰	۰
۱۵	۴.۷۱	۱۰.۲۹	۲۲.۴۸۰۷
۷	۸.۲۷	-۱.۲۷	۰.۳۰۷۱
۸	۹	-۱	۰.۲۲۲
۱۵	۴.۷۱	۱۰.۲۹	۲۲.۴۸۰۷

مطرح می‌شود. از این رو به بررسی تأثیر غذا در بیان ویژگی‌های قومی و هویتی یک منطقه پرداخته شد. غذا از گذشته در کنار دین، زبان، خانواده و سایر مؤلفه‌های فرهنگی تا حدودی یکی از شاخص‌های مهم هویت قومی بوده است. غرور قومی، ملی‌گرایی، میراث خانوادگی و محلی و آداب و رسوم کشاورزی و بسیاری از شاخص‌های هویت تا حدودی به وسیله حفظ آداب غذایی حفاظت شده‌اند.

از بین روستاهای استان گیلان روستای سرولات به عنوان منطقه مورد مطالعه در نظر گرفته شد و سعی شد با رویکردی جامعه شناختی و با تأکید بر دیدگاه‌های کارآفرینانه به بررسی مهمترین عامل مؤثر در رشد کارآفرینی زنان در توسعه گردشگری غذایی پرداخته شود. از مواردی که به عنوان شاخص‌های بازخورد کارآفرینی زنان روستایی در پرسشنامه این پژوهش بررسی شد در عوامل سازمانی سوالاتی از جمله عوامل انگیزشی خانواده، عضویت در شرکت تعاونی و ... مطرح شد که بسیاری از کارآفرینان زن عوامل موفقیت خود را در این زمینه‌ها اعلام نمودند. در این پژوهش بررسی‌ها نشان داد که اغلب زنان کارآفرین یا همسر خود را به دلیل متارکه یا فوت از دست داده‌اند و یا دارای همسران بی‌کفایت هستند. زنان کارآفرین مردان زندگی خود هستند و حتی همسران خود و

$$\sum \sum \frac{(m_{ij} - m'_{ij})^2}{m'_{ij}} = 231.0315 > 31.41$$

با توجه به جدول بالا چون مقدار عددی ملاک آزمون در ناحیه بحرانی قرار گرفته است فرضیه H_0 رد می‌شود و فرضیه مقابل پذیرفته می‌شود. یعنی بین ویژگی‌های سازمانی زنان کارآفرین روستایی و توسعه گردشگری غذایی رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر که به نقش عوامل سازمانی مؤثر در کارآفرینی زنان روستایی و بازخورد آن در توسعه گردشگری در روستای سرولات واقع در استان گیلان پرداخته شد، نظریات برخی اندیشمندان در معرض آزمون قرار گرفت. تجربه‌ی غذایی یکی از مهمترین و آشکارترین راه‌های ورود به محتوای دیگر فرهنگ‌ها است. از این رو گردشگری غذایی چیزی بیش از تلاش برای تجربه‌ی غذاهای جدید دیگر جوامع است. در نتیجه غذا، علاوه بر این که وسیله‌ای برای گردشگر است، به عنوان یک هدف گردشگری

سنتی غذاهای بومی و محلی به منظور کمک به شناساندن غذاهای محلی و ایجاد آگاهی و زمینه‌های تشویقی برای ساکنان بومی در جهت توسعه گردشگری غذا توصیه می‌شود.

References

1. Rostamalizadeh, Wali Elah; Ali Jumazadeh, Parvin. (2017). Investigating factors affecting the success of women entrepreneurs in Tehran, social development. *Scientific-Research Journal*, 12(3).
2. GEM. (2003). National Entrepreneurship Assessment: ITALY, 2006 Executive Report, p.12.
3. Simonin, M. (2006). Women in Entrepreneurship, Research Paper for Seminar in & business strategy in international business, pp. 167-91
4. Varkianipour, Nafiseh; Hosseini, Seyyed Mohammadreza; Samii, Ruhollah; Ashrafi, Majid. (2018). Presenting the development model of women's entrepreneurship with a sustainable rural development approach in Golestan province. *Applied Research in Geographical Sciences*, 19(54), 166-147.
5. Atai, Poriya; Yazidi, Nasim. (2014). Structures affecting the loss of rural cooperatives (case study: Amirkabir rural cooperative in Fars province). *Agricultural Extension and Education Sciences of Iran*, 11(1), 181-196.
6. Everett, S., & Slocum, S. L. (2013). Food and tourism: an effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 789-809.
7. Eternity, desire. (2015). Food tourism. An attractive headline in the tourism industry, www.irna.ir/news/82280749
8. Rezvani Mohammad Reza; Najarzadeh, Mohammad (1387). Investigating and analyzing the fields of entrepreneurship of rural people in the development process of rural areas (Case study: Southern Baran village (Isfahan

فرزندانشان را حمایت مالی، عاطفی و... می‌کنند و از همسران خود بسیار ریسک پذیر تر، مسئولیت پذیر تر و به گفته خودشان شجاع‌تر هستند. سن شروع کارآفرینی اکثر ۳۵ تا ۴۵ سال بود اکثر کارآفرینان زن فرزندان اول خانواده بودند و تحصیلات آنها در حد دیپلم بود. این افراد پدر و مادرهای بی سواد داشتند و حتی سطح تحصیلات همسرانشان در سطح آنها و یا کمی بیشتر بود. میانگین تعداد فرزندانشان دو نفر بود و در ابتدای شروع فعالیت بسیار آسیب دیده بودند ولی از کار خسته نشده و ناامید نشده و به فعالیت خود ادامه داده بودند.

نتایج این پژوهش نشان داد که کارآفرینان زن در روستای سرولات و اکثر روستاهای ایران بیشتر ترجیح می‌دهند کمک‌های مالی و حمایت‌های عاطفی خود را از شبکه‌های خانوادگی دریافت کنند. تأمین منابع مالی از طریق بانک‌ها معمول‌ترین روش برای کارآفرینان است اما مشکلاتی که زنان در گرفتن وام از بانک‌ها دارند موجب می‌شود که زنان کارآفرین با استفاده از پس اندازهای شخصی و قرض از اعضای خانواده به منابع مالی مورد نیاز کسب و کار خود دست پیدا کنند. در سرولات زنان کارآفرین فقط از طریق ارتباط با دوستان نزدیک و مجرب قابل اعتماد، حمایت شبکه‌ای دریافت می‌نمایند. شرایط محیطی این روستا اعم از وضعیت سیاسی و فرهنگی و تکنولوژیکی در توسعه کارآفرینی زنان مؤثر است. عوامل فرهنگی در دو بعد رسمی و غیررسمی تلقی و نگرش هر جامعه را از فعالیت‌های اقتصادی زنان منطقه نشان می‌دهد. نتایج نشانگر آن است که در این روستا فرهنگ رسمی به ویژه در بخش آموزش جامعه در توسعه کسب و کار و کارآفرینی زنان نقش بسزایی داشته است، اما فرهنگ غیر رسمی نه تنها موجب رشد کسب و توسعه کار برای زنان این روستا نشده است بلکه مانعی جدی برای آنان تلقی می‌گردد. به عنوان مثال حفظ نهاد خانواده یکی از مهمترین دغدغه‌های زنان کارآفرینی در روستای سرولات است، یعنی عرف و عادات سنت‌های گذشته و باورهای حاکم از قابلیت‌های جنسیتی زنان مانعی جدی برای حضور زنان در صحنه‌های اقتصادی می‌باشد. به عبارت دیگر فرهنگ سنتی نه تنها امکان رشد کسب و کار را برای زنان ایرانی فراهم نمی‌سازد بلکه بزرگ‌ترین مانع برای آنان محسوب می‌شود. البته زنان روستای سرولات با داشتن ویژگی‌هایی همچون توفیق طلبی، استقلال‌طلبی، انعطاف پذیری و با توسعه توانایی‌های خود از طریق تولید محصولات، مهمان نوازی، دست پخت عالی، تجربه و مهارت‌ها توانسته‌اند نگرش جامعه را نسبت به توانایی‌های خود تغییر داده و فعالیت‌های کارآفرینانه خود را توسعه دهند.

با توجه به نتایج پژوهش ایجاد و معرفی فرصت‌های کسب و کار و متناسب با موقعیت خانوادگی زنان ایرانی مانند کسب و کار از راه دور استفاده از اینترنت به منظور حضور بیشتر زنان در خانواده و ایفای وظایف محوله مانند تربیت فرزندان انجام امور منزل، فرهنگ سازی از طریق رسانه‌های جمعی در جلب همکاری و مشارکت همسران زنان کارآفرین به عنوان یک حامی در کسب و کار به منظور مقابله با فشارهای فرهنگی و اجتماعی پیشنهاد می‌شود. همچنین برگزاری جشنواره‌های غذایی به صورت فصلی برای سرو

Social Studies and Research in Iran 8(3), 433-668.

17. Sarwar, Rahim; Akbari, Majid; Darvish, Behrouz. (2016). Designing a food tourism development model in Iran with an interpretive structural modeling approach. *Journal of Geography*, 53, 90-73.

18. Mahmoudi, Ali; Imam Yari, Dariush; Amini, conductor; Hakkamabadi, Mehdi. (2014). Introducing the natural attractions of Gilan province, a case study of Talesh city, the second international conference and the fifth national conference on tourism, geography and sustainable environment.

19. Afshari Azad, Mohammad Reza; Porkey, Halle. (2012), urban morphology and flooding of roads in Rasht city. *Amish Ambient*, 5(17), 25-40.

city). *Entrepreneurship Development* 1(2), 161-182.

9. Pour Dariani, Ahmed. (1383). The role of entrepreneurship in development. *Publications of the Faculty of Entrepreneurship*, p. 329.

10. Ekhlasi, Amir; Seyed Amiri, Nader; Handijani Fard, Morteza. (2017). The role of internal market orientation in the development of entrepreneurial orientation; Internet service provider companies in Tehran. *Modern Marketing Research*, 28(20), 116-97.

11. Griffin, Keith. (1382). *Economic development strategies*. Translated by Hossein Raghofer, Mohammad Hossein Hashemi, Ney Publishing.

12. Kazemi, Alia; Moghimi, Bahare. (2017). Examining the barriers to the development of women's entrepreneurship in Iran using the process of hierarchical analysis. *Women and society*, 2.

13. Asghari Navideh, Masoumeh; Fallah, Mohammad Reza. (2016). Providing a model for the success of women entrepreneurs in small and fast-growing businesses. *Process Management and Course Development*, 30(4).

14. Medicine, Ali. (1395). *Food diplomacy is a golden opportunity for economic prosperity*. Center for Public Policy Studies.

15. Amin, Masoumeh; Judge, Hassan. (2014). Food tourism and sustainable development of tourist destinations, a case study of Gilan province - the fourth national tourism conference. *Geography and environment*.

16. Hosseini, Seyyed Morteza; Menshizadeh, Rahmatullah; Razovian, Mohammad Tagvi; Meridalsadat, Pegah. (2018). Analyzing the barriers of rural tourism to achieve sustainable economic development of rural settlements with an entrepreneurial approach (case study: Kiyar city - Chaharmahal and Bakhtiari province)