



Investigating factors affecting women's economic empowerment in tourism entrepreneurship (Case study: Lorestan Province)

Farangis Mohammadi^{1✉}, Mehrnoush Bastenagar²

1- PhD student in Tourism Management, Faculty of Tourism Sciences, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

2- Assistant Professor, Technology Development Research Institute, Sharif University, Tehran, Iran.

Article Info

Article type:
Research Paper

Keywords:
Empowerment,
economic
empowerment,
entrepreneurship,
tourism, tourism
entrepreneurship,
Lorestan province.

Received:
?

Received in revised form:
?

Accepted:
?
pp. ?-?

Abstract

Women's economic empowerment in the field of tourism entrepreneurship is considered a key strategy in achieving sustainable development and gender justice. This study was conducted with the aim of investigating the factors affecting the economic empowerment of women entrepreneurs in the tourism industry of Lorestan province. This study was applied in terms of its purpose and descriptive-survey in terms of its data collection method, which was conducted with a quantitative approach and using the structural equation modeling method. The statistical population included all active women entrepreneurs in the tourism industry of Lorestan province, and 164 complete questionnaires were collected and analyzed using the available sampling method. The research tool was a researcher-made questionnaire whose validity was confirmed through content validity and its reliability with a Cronbach's alpha coefficient of 0.916. The findings of the study showed that the four main institutional factors (explaining 322.40% of the variance), social capital (905.6%), economic capital (47.6%), and cultural capital (278.5%) explain a total of 975.58% of the variance in women's economic empowerment. Among these factors, the institutional-structural factor was identified as the most important determinant, which included components such as obtaining business licenses, social and cultural norms, government laws, local community attitudes, and coordination with government institutions. The results obtained indicate that women's economic empowerment in Lorestan tourism is a multidimensional phenomenon that cannot be achieved only by providing economic capital, but improving the institutional context, strengthening social capital, and promoting cultural capital are necessary prerequisites and supplements for it.

Citation:

Publisher: Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2072675.1061>

©



The Author(s)

* Corresponding Author, Mohamadi.f2291@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

Women's economic empowerment in tourism entrepreneurship is a complex, dynamic, and multidimensional phenomenon, situated at the intersection of individual, structural, cultural, and institutional factors. It represents a transformative process through which women move from marginal and conventional economic positions towards achieving financial independence, exerting control over productive resources and wealth, and gaining meaningful influence in economic decision-making at various levels. In this context, tourism entrepreneurship for women transcends mere business creation and income generation; it acts as a social catalyst, a platform for acquiring social status, exercising agency, and playing an effective role in local and national sustainable development processes, ultimately contributing to the redefinition and moderation of traditional power dynamics and gender roles in the economy.

The tourism industry, with its unique characteristics—such as reliance on natural, cultural, and human capital and the micro-scale nature of many of its activities—provides unparalleled capacity for creating economic opportunities in various regions, especially less-developed areas like Lorestan Province. Women, leveraging indigenous knowledge, innate communication skills, and social responsibility, play a critical and dual role, both as implementers of tourism projects and as entrepreneurs and business owners. However, the path to full economic empowerment for women in this sector is fraught with deep structural, cultural, and institutional obstacles. A scientific and comprehensive identification and analysis of these barriers, as well as the specific needs of women, is an indispensable prerequisite for designing targeted policies, programs, and effective support frameworks to facilitate their sustainable and successful presence in the tourism entrepreneurship ecosystem.

Therefore, the primary aim of this research was to investigate and analyze the impact and interaction of these multifaceted factors on the economic empowerment of women entrepreneurs in the tourism industry of

Lorestan Province. By adopting an analytical and interdisciplinary approach, this study sought to systematically explore the various dimensions of this phenomenon to present an integrated and comprehensive conceptual model, offering a scientific, practical, and contextualized framework for strengthening the role and position of women in the tourism economy of the region.

Methodology

This study was applied in its purpose and descriptive-survey in terms of its data collection method, conducted with a quantitative approach using Structural Equation Modeling (SEM). The statistical population included all active women entrepreneurs in the tourism industry of Lorestan Province (including owners of accommodation businesses, food services, tour guides, handicraft producers, and other actors in this field). Due to the population's dispersion and the lack of a precise sampling frame, a non-probabilistic convenience sampling method was used. Referring to Morgan's table, a sample size of 148 was suggested for an ideal scenario; however, considering accessibility constraints, 170 questionnaires were distributed. Ultimately, 164 complete and usable questionnaires were returned and formed the basis for the final analysis.

The data collection tool was a researcher-made questionnaire designed in several stages based on the study's theoretical framework (integrating Bourdieu's theory of capital and institutional theory). The initial items were designed for key dimensions identified from the literature: economic capital, social capital, cultural capital, and institutional factors. The final questionnaire was designed on a five-point Likert scale (from Completely Agree=5 to Completely Disagree=1) and consisted of three main sections: 1) Demographic information (4 questions on age, education level, experience, and business type), and 2) 20 items aimed at identifying factors affecting economic empowerment, categorized into four factors: Institutional (5 items), Social Capital (7 items), Economic Capital (5 items), and Cultural Capital (4 items).

The content validity of the questionnaire was confirmed by presenting it to 15 experts in tourism, entrepreneurship, women's studies, and research methodology. Their feedback on the accuracy, appropriateness, clarity, and classification of items was incorporated, leading to necessary revisions. The instrument's reliability was assessed using Cronbach's alpha, yielding an excellent overall coefficient of 0.916. The reliability for each construct was also high: Institutional Factors (0.77), Social Capital (0.783), Economic Capital (0.755), and Cultural Capital (0.712), all exceeding the acceptable threshold of 0.7.

Data analysis was performed using SPSS (v24) and AMOS (v24) software. Descriptive statistics were used to profile the sample. Subsequently, Exploratory Factor Analysis (EFA) was employed to identify and categorize the underlying factors, followed by Confirmatory Factor Analysis (CFA) and SEM to examine the relationships between latent constructs and assess the overall model fit. Various fit indices, including RMSEA, CFI, GFI, NFI, and χ^2/df , were used to evaluate the model's suitability.

Results

The demographic findings revealed a promising profile of the women entrepreneurs. The core consisted of a young and middle-aged cohort (40.9% aged 30-40), highly educated (75% held a bachelor's degree or higher), and relatively experienced (44.5% had 5-10 years of business experience). The distribution of business types showed a strong alignment with Lorestan's inherent potentials, with a focus on eco-lodges (34.1%) and handicraft production (27.4%).

The EFA results, supported by a KMO value of 0.864 and a significant Bartlett's test ($\chi^2 \approx 787.423$, $p < 0.000$), extracted four main factors that collectively explained 58.975% of the total variance in economic empowerment:

1. **Institutional Factors** (40.322% variance): The most critical determinant, comprising components like ease of obtaining business licenses, social and cultural norms, government

laws, local community attitudes, and coordination with government institutions. Factor loadings ranged from 0.418 to 0.649.

2. **Social Capital** (6.905% variance): Included support from family, networks of women entrepreneurs, backing from local institutions, mutual trust with other tourism actors, social credibility, and emotional support. The component "support from local institutions" had the highest loading (0.836).
3. **Economic Capital** (6.47% variance): Encompassed access to low-interest loans, personal savings, financial support from government institutions, quality of physical infrastructure, and financial capability for marketing. "Financial capability for marketing" had the highest loading (0.779).
4. **Cultural Capital** (5.278% variance): Focused on the use of indigenous knowledge, IT skills, specialized training, and foreign language proficiency. "Proficiency in foreign languages" was the strongest component (loading: 0.828).

The subsequent SEM model demonstrated an excellent fit with the data, as confirmed by all key goodness-of-fit indices: $\chi^2/df = 1.25$, RMSEA = 0.026, CFI = 0.98, TLI = 1.000, NFI = 0.98, RFI = 1.000, IFI = 1.000. The path coefficients indicated that all four factors had a significant positive and direct impact on economic empowerment.

Discussion and Conclusion

This study concludes that women's economic empowerment in Lorestan's tourism sector is a multidimensional phenomenon that cannot be realized solely by providing economic capital. Instead, it requires a holistic approach that simultaneously improves the institutional environment, strengthens social capital, and promotes cultural capital, alongside facilitating financial access.

The identification of Institutional Factors as the paramount determinant is a pivotal finding. It underscores that even with financial

resources and skills, pervasive administrative hurdles, bureaucratic complexities, and deep-seated socio-cultural norms can severely hinder women's entrepreneurial progress. This aligns with studies by Thapa Karki et al. (2021) and Mathebula (2023) but contrasts with Samad & Alharthi (2022), who found financial support to be most critical. This contrast highlights the profound influence of context; Lorestan's strong traditional social structures present unique institutional challenges that outweigh initial financial barriers.

The significance of Social Capital confirms the vital role of networks, trust, and community support, resonating with findings by Mayger & Hochbein (2021) and Harrison et al. (2024). The crucial role of local institutions supports the earlier local findings of Ghanbari et al. (2015). Economic Capital remains a fundamental enabler, as supported by Johnson et al. (2025). Its third-place ranking signifies that in Lorestan's context, financial resources are a necessary but insufficient condition without a supportive institutional and social bedrock. Cultural Capital, particularly foreign language skills, indicates the aspirations of Lorestani women entrepreneurs to tap into international markets, a finding strongly supported by Hack-Polay et al. (2022).

The results robustly validate the integrated theoretical framework of Bourdieu's capitals, institutional theory, and the capabilities approach (Das et al., 2023). Empowerment is not just about access to resources ("capabilities") but the freedom to effectively convert those resources into desired outcomes ("functionings"), a conversion process heavily dependent on a supportive institutional structure and social fabric.

Practical recommendations are multi-faceted: (1) Institutional Reforms: Simplify business licensing, establish a women's advisory council in the provincial tourism organization, and reform laws for equitable resource access. (2) Social Strengthening: Create formal professional networks for women entrepreneurs and facilitate connections with local institutions. (3) Financial Facilitation: Establish dedicated micro-credit

funds and offer financial management training. (4) Capacity Building: Provide specialized training in tourism management, digital skills, and foreign languages, while documenting and leveraging indigenous knowledge.

This study's limitations include the use of convenience sampling and its specific regional focus, which may affect generalizability. Future research should employ qualitative methods for deeper insight, conduct comparative studies with other regions, and implement longitudinal designs to assess the long-term impact of empowerment interventions. Ultimately, empowering women economically in tourism is a cornerstone for achieving gender justice and driving sustainable, resilient development in Lorestan Province.

Declaration of Generative AI and AI-assisted technologies in the writing process

The authors declare that they did not use any artificial intelligence (AI) tools in the preparation of this manuscript.

Funding

This article is not sponsored

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری (مورد مطالعه: استان لرستان)

فرنگیس محمدی^۱، مهرنوش بسته نگار^۲

۱- دانشجوی دکتری گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

۲- استادیار، پژوهشکده توسعه تکنولوژی، جهاد دانشگاهی صنعتی شریف، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله

چکیده

توانمندسازی اقتصادی زنان در عرصه کارآفرینی گردشگری به عنوان یک راهبرد کلیدی در تحقق توسعه پایدار و عدالت جنسیتی محسوب می‌شود. این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در صنعت گردشگری استان لرستان انجام شد. این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی بود که با رویکرد کمی و با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری انجام گرفت. جامعه آماری شامل کلیه زنان کارآفرین فعال در صنعت گردشگری استان لرستان بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، ۱۶۴ پرسشنامه کامل جمع‌آوری و تحلیل شد. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که روایی آن از طریق روایی محتوایی و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱۶ تأیید گردید. یافته‌های پژوهش نشان داد که چهار عامل اصلی نهادی (با تبیین ۴۰/۳۲۲ درصد واریانس)، سرمایه اجتماعی (۶/۹۰۵ درصد)، سرمایه اقتصادی (۶/۴۷ درصد) و سرمایه فرهنگی (۵/۲۷۸ درصد) در مجموع ۵۸/۹۷۵ درصد از واریانس توانمندسازی اقتصادی زنان را تبیین می‌کنند. در بین این عوامل، عامل نهادی-ساختاری به عنوان مهم‌ترین تعیین کننده شناسایی شد که شامل مؤلفه‌هایی مانند دریافت مجوزهای کسب و کار، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، قوانین دولتی، نگرش جامعه محلی و هماهنگی با نهادهای دولتی بود. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که توانمندسازی اقتصادی زنان در گردشگری لرستان پدیده‌ای چندبعدی است که تنها با تأمین سرمایه اقتصادی محقق نمی‌شود، بلکه بهبود بستر نهادی، تقویت سرمایه اجتماعی و ارتقای سرمایه فرهنگی، پیش‌نیازها و مکمل‌های ضروری برای آن هستند.

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ دریافت:

؟؟؟/؟؟/؟؟

تاریخ بازنگری:

؟؟؟/؟؟/؟؟

تاریخ پذیرش:

؟؟؟/؟؟/؟؟

صص.؟؟-؟؟

کلید واژه‌ها:

توانمندسازی،

توانمندسازی اقتصادی،

کارآفرینی، گردشگری،

کارآفرینی گردشگری، استان

لرستان.

استناد:

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2072675.1061>

©

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان



نویسندگان

مقدمه

توانمندسازی اقتصادی زنان در عرصه کارآفرینی گردشگری، پدیده‌ای پیچیده، پویا و چندبعدی است که در تقاطع عوامل فردی، ساختاری، فرهنگی و نهادی شکل می‌گیرد (Visiana, 2025). این مفهوم فراتر از یک اصطلاح رایج، بیانگر فرآیندی تحول‌آفرین است که طی آن زنان از موقعیت‌های اقتصادی حاشیه‌ای و متعارف، به سمت کسب استقلال مالی، اعمال کنترل بر منابع تولید و ثروت و دستیابی به نفوذ مؤثر در سطوح مختلف تصمیم‌گیری‌های اقتصادی حرکت می‌کنند (Gugan et al, 2024). در این میان، کارآفرینی گردشگری برای زنان صرفاً به معنای ایجاد یک کسب‌وکار و منبع درآمد نیست، بلکه نقش یک کاتالیزور اجتماعی، بستری برای کسب موقعیت اجتماعی، اعمال عاملیت و نقش‌آفرینی مؤثر در فرآیندهای توسعه پایدار محلی و ملی و درنهایت، بازتعریف و تعدیل الگوهای سنتی قدرت و نقش‌های جنسیتی در عرصه اقتصاد را ایفا می‌کند (Surangi, 2018).

صنعت گردشگری با ویژگی‌های منحصر به فرد خود، از جمله اتکا بر سرمایه‌های طبیعی، فرهنگی و انسانی و نیز ماهیت خرد و پراکنده بسیاری از فعالیت‌هایش، ظرفیت‌های بی‌بدیلی را برای ایجاد فرصت‌های اقتصادی در مناطق مختلف، به‌ویژه در نواحی کمتر توسعه‌یافته، فراهم می‌آورد (Liu et al, 2024). زنان با تکیه بر دانش بومی، مهارت‌های ذاتی ارتباطی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نقشی حیاتی و دوجندان ایفا می‌کنند؛ چه در جایگاه مجریان طرح‌های گردشگری و چه در مقام کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار (چنتی و اومجسی، ۲۰۲۴). با وجود این، مسیر دستیابی به توانمندسازی اقتصادی کامل برای زنان در این بخش، با موانع و چالش‌های ساختاری، فرهنگی و نهادی عمیقی همراه است (Gupta et al, 2024). شناسایی علمی و تحلیل همه‌جانبه این موانع و نیز نیازمندی‌های خاص زنان، پیش‌شرط اجتناب‌ناپذیر طراحی سیاست‌ها، برنامه‌های هدفمند و چارچوب‌های حمایتی اثربخش برای تسهیل حضور پایدار و موفقیت‌آمیز آنان در اکوسیستم کارآفرینی گردشگری است (Kakeesh, 2024).

ارزیابی جامع عوامل مؤثر بر این فرآیند، مستلزم درکی دقیق و بین‌رشته‌ای از لایه‌های مختلف تأثیرگذار است. این عوامل در یک طیف وسیع قرار می‌گیرند که از مؤلفه‌های کلان نهادی و سیاست‌گذاری (مانند قوانین کسب‌وکار، خط‌مشی‌های اعتباری و حمایت‌های دولتی) گرفته تا عوامل میانی (مانند دسترسی به شبکه‌های حرفه‌ای، مربیگری و حمایت‌های اجتماعی) و همچنین عوامل خرد فردی و روان‌شناختی (مانند باور به خودکارآمدی، خلاقیت، دسترسی به آموزش و مهارت‌آموزی تخصصی و سرمایه مالی) را در بر می‌گیرد (Mathebula, 2023). واکاوی و تبیین پویایی تعامل این عوامل است که می‌تواند به تدوین راهبردها و راهکارهای هوشمندانه‌ای بینجامد که نه فقط بر کمیت (افزایش تعداد زنان کارآفرین)، بلکه بر کیفیت و پایداری فعالیت‌های اقتصادی آنان (از طریق ارتقای رقابت‌پذیری، نوآوری و مقاومت در برابر شوک‌های اقتصادی) متمرکز باشند (Pascariu et al, 2021).

در این راستا، هدف اصلی این پژوهش، بررسی و تحلیل ژرفانگر تأثیر و هم‌کنش هر یک از این عوامل در بستر توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در صنعت گردشگری است. این مطالعه با اتخاذ یک رویکرد تحلیلی و میان‌رشته‌ای، در پی واکاوی نظام‌مند ابعاد مختلف این پدیده است تا با ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه و همه‌جانبه‌نگر، چارچوبی علمی، کاربردی و بومی شده جهت تقویت نقش و جایگاه زنان در اقتصاد گردشگری ارائه نماید. افزون بر این، این تحقیق در پی کشف زوایای پنهان و ناشناخته موضوع و معرفی چشم‌اندازها و جنبه‌های نوآورانه در تحلیل فرآیند توانمندسازی است. دستاورد چنین پژوهشی می‌تواند گامی اساسی در تحقق عدالت جنسیتی و پیشبرد اهداف توسعه پایدار از مجرای توانمندسازی اقتصادی زنان در بخش پویای گردشگری تلقی شود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

این پژوهش بر پایه تلاقی چندین رهیافت نظری کلان استوار است که درک جامعی از پدیده توانمندسازی اقتصادی زنان در بستر خاص کارآفرینی گردشگری را ممکن می‌سازد. در کانون این چارچوب، نظریه توانمندسازی قرار دارد که تحت چارچوب «قابلیت‌ها» بسط یافته است. این رویکرد، توانمندسازی را نه صرفاً به عنوان دستیابی به منابع، بلکه به عنوان گسترش قابلیت‌ها و آزادی‌های واقعی

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری / محمدی و بسته نگار

افراد برای دستیابی به زندگیای که خود برای آن ارزش قائلند، تعریف می‌کند (Das et al, 2023). در این پژوهش، کارآفرینی گردشگری به عنوان یک «قابلیت» کلیدی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند بستری برای تحقق ابعاد مختلف توانمندسازی (از جمله اقتصادی) فراهم آورد (Chen & Yu, 2024).

در سطح میانی، نظریه فمینیستی اکوفمینیسم به عنوان یک چارچوب تحلیلی قدرتمند برای پیوند دادن موقعیت زنان با محیط‌زیست و توسعه پایدار ارائه می‌شود. این نظریه استدلال می‌کند که بهره‌کشی از طبیعت و فرودستی زنان ریشه‌های مشترک ایدئولوژیک دارند (Ghasemi et al, 2021). بنابراین، فعالیت زنان در گردشگری مبتنی بر طبیعت و فرهنگ بومی (مانند آنچه در استان لرستان با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی بی‌نظیر و فرهنگ اصیل ایلیاتی مشاهده می‌شود) می‌تواند شکلی از مقاومت و بازتعریف رابطه با طبیعت و اقتصاد باشد و به بازتوزیع قدرت بین جنسیت‌ها بینجامد. این چارچوب برای تحلیل داده‌ها در بافت فرهنگی-طبیعی خاص لرستان ضروری است (Yousefvand & Abdollahi, 2025).

همچنین، نظریه کارآفرینی زنانه به تشریح تفاوت‌های ماهوی در انگیزه‌ها، اهداف، سبک‌های رهبری و استراتژی‌های کسب‌وکار زنان نسبت به مردان می‌پردازد (Arshad et al, 2021). این نظریه‌ها تأکید دارند که زنان اغلب کسب‌وکارهایی با «ماوریت دوگانه» ایجاد می‌کنند که در آن اهداف اقتصادی با اهداف اجتماعی-زیست‌محیطی تلفیق می‌شود (Bravim et al, 2025). این نگاه برای تحلیل انگیزه‌های زنان کارآفرین لرستانی در ورود به عرصه گردشگری و همچنین ارزیابی مدل کسب‌وکار آنان حیاتی است (Pazouki, 2022).

در سطح خرد، نظریه سرمایه‌های بورديو چارچوبی برای تحلیل منابع در دسترس زنان فراهم می‌آورد. این پژوهش بر اساس این نظریه، عوامل مؤثر را در چهار نوع سرمایه بررسی می‌کند (Harrison et al, 2024): سرمایه اقتصادی: دسترسی به اعتبارات، وام‌های کم‌بهره، سرمایه اولیه و زیرساخت‌های فیزیکی (Johnson et al, 2025). سرمایه فرهنگی: میزان تحصیلات تخصصی، دانش فنی گردشگری، تسلط بر زبان‌های خارجی و بهره‌مندی از دانش بومی به عنوان یک مزیت رقابتی (Hack-Polay et al, 2022).

سرمایه اجتماعی: عضویت در شبکه‌های رسمی و غیررسمی، دسترسی به مشاوران و منتورها، پشتیبانی نهادهای محلی و اعتماد اجتماعی که امکان همکاری و تبادل منابع را فراهم می‌کند (Mayger, & Hochbein, 2021). سرمایه نمادین: به رسمیت شناخته شدن و اعتبار کسب‌وکار زنان در جامعه محلی و در میان نهادهای حاکمیتی (Thapa & Karki et al, 2021).

علاوه بر این، چارچوب نهادی برای تحلیل نقش قوانین، مقررات، هنجارهای اجتماعی و شناخت‌های فرهنگی (که در نظریه نهادی اولد به عنوان سه رکن نهادها شناخته می‌شوند) به کار گرفته می‌شود (Balzano et al, 2025). این چارچوب به ما کمک می‌کند تا چگونه هنجارهای جنسیتی موجود در بافت سنتی استان لرستان می‌توانند هم به عنوان مانع و هم به عنوان فرصت (به عنوان مثال، با استفاده از نقش‌های سنتی زنان در مهمان‌نوازی به عنوان یک مزیت کسب‌وکار) عمل کنند. در نهایت، این پژوهش از منظر رویکرد توسعه پایدار گردشگری نیز به موضوع می‌نگرد. بر این اساس، توانمندسازی اقتصادی زنان نه یک هدف مجزا، بلکه جزء لاینفک دستیابی به اهداف توسعه پایدار، به ویژه هدف پنجم (برابری جنسیتی) و هدف هشتم (کار شایسته و رشد اقتصادی) است. موفقیت اقدامات توانمندسازی در گردشگری لرستان در گروی آن است که منجر به توسعه‌ای متوازن، همه‌جانبه‌نگر و داری‌پایداری بوم‌شناختی و فرهنگی شود.

زحمتکش سردوراهی و همکاران (2024) در راستای بررسی اثرهای اقتصادی گسترش گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی به ارزیابی تأثیر گردشگری کشاورزی بر تقویت کارآفرینی و بهبود معیشت خانوارهای روستایی پرداخته است. نتایج مطالعه

نشان داد که عوامل اقتصادی متعددی در توسعه کارآفرینی تأثیرگذارند که در پژوهش حاضر ۱۵ مورد از این عوامل شناسایی شد. نتایج نهایی حاکی از آن است که عوامل «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه»، «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» به ترتیب بیشترین اهمیت و مرکزیت را دارند. نتایج تحلیلی سناریوها هم نشان داد که این سه عامل نقش پیشران در پویایی سایر عوامل دارند و بی توجهی نسبت به هریک از آن‌ها روند کلی توسعه کارآفرینی بر مبنای گردشگری کشاورزی این روستا را مختل می‌نماید.

حسینی و خادم (2023) در پژوهشی به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در اقتصاد پایدار گردشگری روستای کندوان پرداختند. نتایج نشان داد عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در اقتصاد پایدار گردشگری شامل قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری بودند که از مرکزیت بیشتری برخوردار بودند. علاوه بر آن، ذوالفقاری و قانع‌یخدا (2023) به شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی با رویکرد فراتحلیل در بازه زمانی ۱۳۹۰-۱۴۰۱ پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد عوامل فرهنگی (سبک زندگی، باورهای مذهبی، باور به برابری جنسیتی، حضور در شبکه‌های اجتماعی، فقر فرهنگی، سرمایه فرهنگی، فرهنگ مردسالاری، فرهنگ مشارکتی، فرهنگ و اخلاق کاری)، عوامل روانی (جسارت ریسک‌پذیری، عزت نفس، احساس کفایت اجتماعی، احساس تبعیض اجتماعی، انگیزه استقلال، نیاز به موفقیت و پیشرفت، مهارت‌های آموزشی، تفکر نوآورانه و خلاقانه)، عوامل اجتماعی (همدلی اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، آگاهی اجتماعی، اعتماد اجتماعی، حمایت اجتماعی، تعامل با کارآفرینان موفق، الگوی مرجع، محرومیت نسبی، منزلت اجتماعی، تجربه کارآفرینی، تحرک اجتماعی) و عوامل زمینه‌ای (درآمد شخصی، سن، وضع تأهل، سطح تحصیلات، نوع شغل، نوع طبقه، تعداد اعضای خانواده)، بر کارآفرینی زنان روستایی تأثیر معنی‌داری داشته است.

براساس یافته‌های تحقیق، عوامل زمینه‌ای با ضریب اثر ۰/۳۰۰ دارای بیشترین تأثیر بر کارآفرینی زنان روستایی بوده است. براین اساس، کارآفرینی زنان از جمله شاخه‌های کارآفرینی است که علاوه بر سود اقتصادی منافع اجتماعی و فرهنگی به دنبال دارد و موجب کشف نیازهای اجتماعی، شناخت اجتماع و شناسایی بافت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه می‌شود. همچنین قنبری و همکاران (2016) در پژوهشی به شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان با تأکید بر بخش گردشگری در شهر سی سخت پرداختند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل عاملی نشان می‌دهد عوامل پیش برنده با مجموع ۰/۵۶ واریانس وابسته تعیین شده با چهار عامل در توانمندسازی زنان نقش دارند؛ عامل اقتصادی با ۱۸/۳۴۱ تبیین کل واریانس متغیرهای وابسته، اولین و مهم‌ترین عامل است.

عوامل بازدارنده با مجموع ۰/۵۸ واریانس وابسته تبیین شده با شش عامل در بازدارندگی رشد و توسعه گردشگری و توانمندسازی زنان نقش دارند و عامل اقتصادی با ۱۴/۲۲۱ تبیین کل واریانس متغیرهای وابسته، اولین عامل در بین عوامل بازدارنده محاسبه شد. فیومن و مایکل (2025) به بررسی تأثیر توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بر زنان کارآفرین در شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در بخش گردشگری سولاوسی جنوبی و پیامدهای آن برای توسعه گردشگری پایدار پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ویژگی‌های پایداری و توانمندسازی زنان ارتباط معناداری با توسعه گردشگری پایدار دارند و می‌توانند به بهبود درک ما از توانمندسازی زنان در این زمینه کمک کنند.

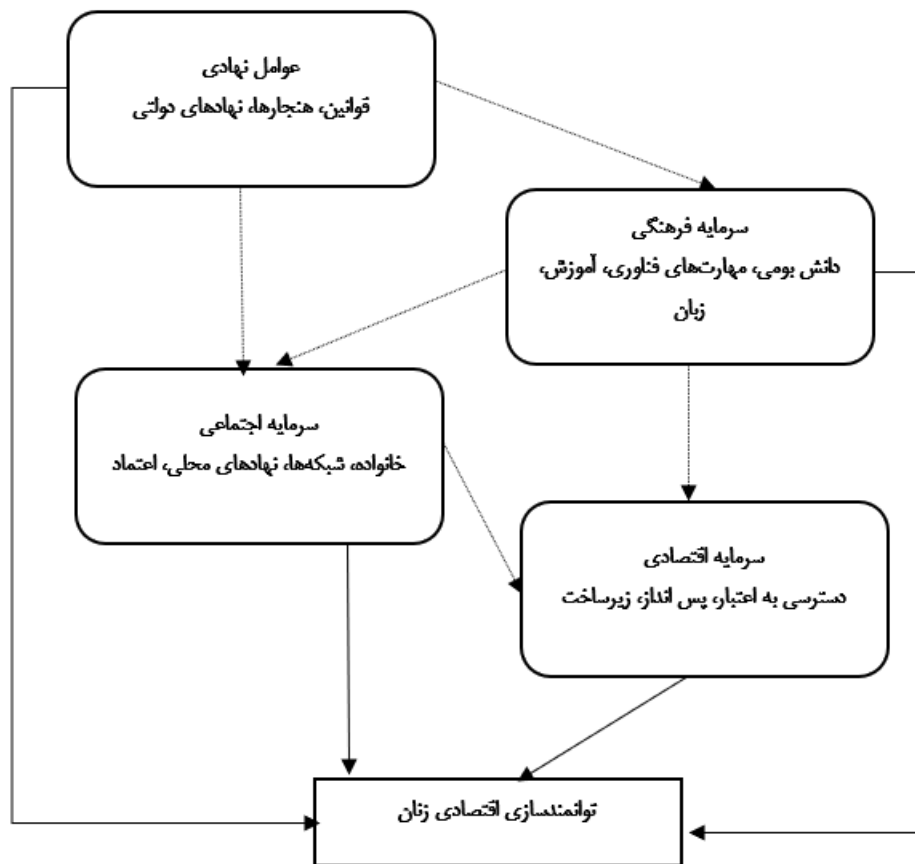
ساماد و الحارثی (2022) به بررسی فرصت‌هایی برای زنان جهت بهبود وضعیت اجتماعی-اقتصادی خود از طریق گردشگری در بوسنی و هرزگوین، مونته‌نگرو و صربستان پرداختند. این مطالعه نشان داد که زنان عموماً حمایت مالی را به عنوان عاملی حیاتی در حمایت از کسب و کارها در بخش گردشگری گزارش می‌کنند. الشاعر و همکاران (2021) در پژوهشی تأثیر مستقیم توانمندسازی زنان

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری / محمدی و بسته نگار

(از نظر روانی، سیاسی و اجتماعی) بر توسعه پایدار گردشگری و تأثیر غیرمستقیم از طریق مشارکت در گردشگری را بررسی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که مشارکت در گردشگری تا حدی واسطه رابطه بین توانمندسازی روانی و سیاسی و توسعه پایدار گردشگری است. با این وجود، به طور کامل واسطه رابطه بین توانمندسازی اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری است.

با وجود حجم قابل توجه مطالعات انجام شده در حوزه توانمندسازی اقتصادی زنان و کارآفرینی گردشگری، مرور نظام‌مند ادبیات موضوع نشان‌دهنده وجود شکاف‌های دانشی متعددی است که پژوهش حاضر درصدد پر کردن آنهاست. نخستین و اساسی‌ترین شکاف، فقدان چارچوب نظری یکپارچه و همه‌جانبه است که بتواند پیچیدگی و چندبعدی بودن پدیده توانمندسازی اقتصادی زنان در بستر گردشگری را دربرگیرد. مطالعات پیشین عمدتاً بر روی ابعاد محدودی از این پدیده (مانند عوامل اقتصادی یا فردی) متمرکز شده‌اند و از تحلیل تعامل پویا و سیستماتیک بین عوامل مختلف در سطوح خرد، میانی و کلان غافل مانده‌اند. این پژوهش با تلفیق نظریه توانمندسازی، چارچوب قابلیت‌ها، اکوفمینیسم، نظریه سرمایه‌های بورديو و رویکرد نهادی، درصدد پر کردن این شکاف نظری است.

شکاف دوم مربوط به بافتار مکانی-فرهنگی خاص استان لرستان است. اگرچه مطالعات متعددی درباره کارآفرینی زنان در گردشگری انجام شده، اما هیچ‌کدام به صورت خاص به بررسی این پدیده در بافت فرهنگی-طبیعی منحصربه‌فرد لرستان با ویژگی‌های ایلپاتی، جاذبه‌های طبیعی بی‌نظیر و ساختارهای اجتماعی سنتی آن نپرداخته‌اند. این در حالی است که همانطور که مطالعاتی مانند قنبری و همکاران (2016) نشان داده‌اند، عوامل فرهنگی و اجتماعی در هر بافت محلی می‌توانند اثرات کاملاً متفاوتی بر فرآیند توانمندسازی داشته باشند. بنابراین، فقدان مطالعاتی است که بتواند مدلی بومی و زمینه‌محور برای توانمندسازی اقتصادی زنان در گردشگری استان لرستان ارائه دهد. با تلفیق این چارچوب‌های نظری، این پژوهش قادر خواهد بود تا به تحلیل عمیق‌تری از عوامل ساختاری، نهادی، فرهنگی و فردی مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در گردشگری استان لرستان بپردازد و مدلی بومی شده و زمینه‌محور ارائه دهد.



شکل ۱: مدل مفهومی اولیه پژوهش

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی است. رویکرد حاکم بر این مطالعه، کمی بوده و با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری به بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در حوزه کارآفرینی گردشگری استان لرستان می‌پردازد.

جامعه آماری این تحقیق را کلیه زنان کارآفرین فعال در صنعت گردشگری استان لرستان (شامل مالکان کسب و کارهای اقامتی، غذایی، راهنمایان تور، تولیدکنندگان صنایع دستی و سایر فعالان این عرصه) تشکیل می‌دهند. با توجه به پراکندگی و عدم دسترسی به چارچوب نمونه‌گیری دقیق از این جامعه، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس استفاده شد. برای تعیین حجم نمونه، از جدول مورگان بهره گرفته شد که با توجه به نامشخص بودن حجم دقیق جامعه، عدد ۱۴۸ نفر را به عنوان نمونه در شرایط ایده‌آل پیشنهاد می‌دهد. با این حال، با در نظر گرفتن محدودیت‌های دسترسی، در نهایت ۱۷۰ پرسشنامه توزیع گردید که از این تعداد، ۱۶۴ پرسشنامه کامل و قابل استفاده بازگردانده شد و مبنای تحلیل نهایی قرار گرفت.

ابزار گردآوری داده‌ها، یک پرسشنامه محقق ساخته بود که طراحی آن در چند مرحله و بر اساس چارچوب نظری پژوهش انجام گرفت. در گام اول، با مطالعه عمیق مبانی نظری و پیشینه پژوهش (همچون نظریه سرمایه‌های بورديو، چارچوب نهادی و مطالعات مشابه داخلی و خارجی)، ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان (مانند سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و عوامل نهادی) شناسایی شد. سپس برای هر یک از این ابعاد، گویه‌های اولیه طراحی گردید. پرسشنامه

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری / کیه محمدی و بسته نگار

نهایی به صورت یک مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای (از کاملاً موافق=۵ تا کاملاً مخالف=۱) طراحی شده و از سه بخش اصلی تشکیل شده است. بخش اول شامل اطلاعات جمعیت‌شناختی است که به جمع‌آوری اطلاعاتی از قبیل سن، سطح تحصیلات، سابقه فعالیت و نوع کسب‌وکار (۴ سؤال) می‌پردازد. بخش دوم مربوط به سؤالاتی است که با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی طراحی شده و شامل ۲۰ گویه (سؤال) است. این سؤالات در چهار عامل دسته‌بندی می‌شوند: عوامل نهادی (۵ گویه: شماره‌های ۵، ۶، ۱۱، ۱۲ و ۱۵)، سرمایه اجتماعی (۷ گویه: شماره‌های ۲، ۳، ۱۶، ۱۷، ۱۸ و ۲۰)، سرمایه اقتصادی (۶ گویه: شماره‌های ۷، ۹، ۱۰، ۱۳ و ۱۴) و سرمایه فرهنگی (۴ گویه: شماره‌های ۱، ۴، ۸ و ۱۹).

برای بررسی روایی و پایایی ابزار پژوهش، در ابتدا روایی محتوایی پرسشنامه از طریق ارائه آن به ۱۵ نفر از متخصصان در حوزه‌های گردشگری، کارآفرینی، مطالعات زنان و روش تحقیق تأمین شد. نظرات این متخصصان در خصوص صحت، دقت، تناسب، وضوح و طبقه‌بندی گویه‌ها اخذ و بر اساس آن، اصلاحات لازم در بیان گویه‌ها صورت پذیرفت. همچنین، با حذف یا ادغام موارد نامناسب، پرسشنامه نهایی شامل ۲۰ گویه برای اجرای نهایی تأیید شد. از سوی دیگر، پایایی ابزار پژوهش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت. مقدار این ضریب برای کل پرسشنامه ۰/۹۱۶ و برای هر یک از سازه‌های اصلی به ترتیب: عوامل نهادی (۰/۷۷)، سرمایه اجتماعی (۰/۷۸۳)، سرمایه اقتصادی (۰/۷۵۵) و سرمایه فرهنگی-آموزشی (۰/۷۱۲) محاسبه گردید که همگی بالاتر از حداقل مقدار قابل قبول (۰/۷) بودند. این نتایج نشان‌دهنده پایایی مناسب و قابلیت اعتماد بالای ابزار تحقیق است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو نرم‌افزار SPSS (نسخه ۲۴) و AMOS (نسخه ۲۴) استفاده شد. در مرحله اول، از آمار توصیفی برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه استفاده گردید. در مرحله بعد، به منظور آزمون فرضیه‌ها و برازش مدل مفهومی پژوهش، از تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) برای شناسایی و دسته‌بندی عوامل زیربنایی و سپس از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) برای بررسی روابط بین سازه‌های پنهان و سنجش برازش کلی مدل استفاده شد. شاخص‌های برازش مختلف از جمله χ^2/df ، NFI، GFI، CFI، RMSEA و برای ارزیابی مناسب بودن مدل پیشنهادی به کار گرفته شدند.

در راستای رعایت ملاحظات اخلاقی، محرمانه ماندن اطلاعات پاسخگویان، اخذ رضایت آگاهانه از آنان برای مشارکت در پژوهش و اطمینان از این موضوع که نتایج صرفاً برای اهداف علمی مورد استفاده قرار خواهند گرفت، به همه شرکت‌کنندگان تأکید گردید.

بر اساس مطالعه انجام‌شده، استان لرستان به عنوان منطقه مورد مطالعه، دارای بافتی فرهنگی-طبیعی منحصربه‌فرد با ویژگی‌های ایلپاتی، جاذبه‌های طبیعی خیره‌کننده و میراث فرهنگی غنی است. این استان با برخورداری از پتانسیل‌های بالای گردشگری، به ویژه در حوزه‌های اقامتگاه‌های بومگردی و صنایع دستی، بستری مناسب برای فعالیت زنان کارآفرین فراهم کرده است. با این حال، ساختارهای اجتماعی سنتی و چالش‌های نهادی موجود در منطقه، نقش تعیین‌کننده‌ای در فرآیند توانمندسازی اقتصادی زنان ایفا می‌کنند.

یافته‌های پژوهش

این پژوهش با هدف واکاوی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در صنعت گردشگری استان لرستان به انجام رسید. در گام نخست، به منظور ترسیم تصویری گویا از جامعه مورد مطالعه، ویژگی‌های دموگرافیک پاسخگویان در جدول ۱ مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان کارآفرین نمونه آماری

درصد	تعداد	دسته‌بندی	متغیر
۱۹.۵	۳۲	کمتر از ۳۰ سال	گروه سنی

متغیر	دسته‌بندی	تعداد	درصد
	۳۰ تا ۴۰ سال	۶۷	۴۰.۹
	۴۱ تا ۵۰ سال	۴۵	۲۷.۴
	بیشتر از ۵۰ سال	۲۰	۱۲.۲
میزان تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۴۱	۲۵.۰
	کارشناسی	۸۵	۵۱.۸
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۸	۲۳.۲
سابقه فعالیت	کمتر از ۵ سال	۴۸	۲۹.۳
	۵ تا ۱۰ سال	۷۳	۴۴.۵
	بیشتر از ۱۰ سال	۴۳	۲۶.۲
نوع کسب‌وکار	اقامتی (مهمانسرا، اقامتگاه بومگردی)	۵۶	۳۴.۱
	غذایی (رستوران، کافه محلی)	۳۹	۲۳.۸
	صنایع دستی و سوغات	۴۵	۲۷.۴
	خدمات گردشگری (تورلیدری، راهنمای محلی)	۲۴	۱۴.۶

تفسیر یافته‌های جمعیت‌شناختی حکایت از پروفایل بسیار امیدبخشی از زنان کارآفرین استان لرستان دارد. هسته اصلی این جامعه را قشر جوان و میانسال (۴۰.۹ درصد در بازه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال) تشکیل می‌دهد که از جمله مولدترین و پرانرژی‌ترین رده‌های سنی محسوب شده و نویدبخش پویایی و تحرک در اکوسیستم کارآفرینی منطقه است. از سوی دیگر، سطح تحصیلات نمونه مورد مطالعه، نقطه قوت برجسته‌ای را به تصویر می‌کشد؛ به گونه‌ای که بیش از ۷۵ درصد از این زنان دارای مدرک کارشناسی و بالاتر هستند. این میزان از سرمایه فرهنگی، نه تنها بسترساز به‌کارگیری روش‌های نوین مدیریتی و بازاریابی است، بلکه عاملی کلیدی در افزایش خودکارآمدی و شکستن مرزهای سنتی نقش‌آفرینی اقتصادی زنان تلقی می‌شود. از منظر سابقه فعالیت، تمرکز قابل توجه پاسخگویان در بازه ۵ تا ۱۰ سال (۴۴.۵ درصد) نشان از پایداری نسبی و تجربه ارزشمند این کارآفرینان دارد که برای عبور از چالش‌های اولیه کسب‌وکار و رسیدن به ثبات، امری حیاتی است. در نهایت، پراکندگی نوع کسب‌وکارها به‌وضوح همسویی کامل بین انتخاب‌های کارآفرینانه زنان و پتانسیل‌های ذاتی استان لرستان را نشان می‌دهد. غلبه فعالیت در حوزه اقامتگاه‌های بومگردی (۳۴.۱ درصد) و تولید صنایع دستی (۲۷.۴ درصد)، حاکی از بهره‌گیری هوشمندانه از مزیت‌های رقابتی منطقه، جاذبه‌های طبیعی خیره‌کننده و میراث فرهنگی-صنایع دستی غنی، است که خود مؤید نگاه پایدار و زمینه‌محور این کارآفرینان است. در مجموع، این پروفایل جمعیت‌شناختی، زمینه مساعدی را برای تحلیل عمیق‌تر عوامل توانمندسازی ترسیم می‌کند.

پس از بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری، داده‌های پژوهش با استفاده از دو روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی مورد تحلیل قرار گرفتند. این تحلیل‌ها با هدف شناسایی و دسته‌بندی عوامل زیربنایی مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در گردشگری استان لرستان و همچنین بررسی روابط بین سازه‌های پنهان و برازش کلی مدل انجام شد. برای اطمینان از کفایت نمونه‌گیری و معنادار بودن ماتریس همبستگی، از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، مقدار شاخص KMO برابر با ۰/۸۶۴ به دست آمد که بالاتر از حداقل مقدار قابل قبول (۰/۶) است. همچنین، نتیجه آزمون بارتلت با مقدار کای-اسکوئر تقریبی ۷۸۷/۴۲۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ نشان‌دهنده وجود همبستگی کافی بین متغیرها برای انجام تحلیل عاملی است.

جدول ۲: مقدار شاخص kmo و نتیجه آزمون بارتلت

KMO and Bartlett's Test

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری / محمدی و بسته نگار

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0/864
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	787/423
	df	190
	Sig.	0/000

در مرحله بعد، برای استخراج عامل‌هایی که معنادارند و احتمالاً زیربنای مؤلفه‌های اصلی پژوهش را شکل می‌دهند، عمل پردازش فقط برای استخراج چهار عامل ادامه داده شد. برای تعیین اینکه هر متغیر (شاخص فرعی) بر روی کدام عامل نشسته است فقط شاخص‌هایی انتخاب شد که بار عاملی بالایی بر روی یک عامل داشت و بر روی عامل‌های دیگر بار نداشت. همه عوامل بار عاملی بالای ۰/۴ داشتند که در جدول ۳ نشان داده شده است. با در نظر گرفتن محتوای متغیرهای هر عامل که بر روی آن بار شده‌اند و با توجه به میزان همبستگی هر یک از شاخص‌ها، عناوین مناسبی برای آنها انتخاب شد. برای شناسایی متغیرهای مربوط به هر عامل و نیز به منظور تفسیرپذیر کردن عامل‌ها، چرخش عاملی به شیوه وریماکس استفاده شد.

جدول ۳: متغیرهای مشهود و نامشهود استخراج شده به همراه شاخص‌های آماری تحلیل عاملی اکتشافی

نام متغیر	نام شاخص	گزاره	بارهای عاملی	مقدار ویژه	درصد واریانس	واریانس تجمعی	مقدار آلفا
عوامل نهادهای	Q5	دریافت مجوزهای لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکارم با دشواری زیادی همراه بود.	۰/۴۵۶	۸/۰۶۴	۴۰/۳۲۲	۴۰/۳۲۲	۰/۷۷
	Q6	هنجارهای اجتماعی و فرهنگی منطقه، فعالیت اقتصادی مستقل زنان را تشویق می‌کند.	۰/۴۱۸				
	Q11	قوانین و مقررات دولتی موجود، به زنان برای ورود به عرصه کارآفرینی گردشگری کمک می‌کند.	۰/۴۳۳				
	Q12	نگرش جامعه محلی نسبت به اشتغال و کارآفرینی زنان مثبت است.	۰/۵۸۷				
	Q15	برای هماهنگی با ادارات و نهادهای دولتی مرتبط با گردشگری، با مشکلات اداری مواجه می‌شوم.	۰/۶۴۹				
سرمایه اجتماعی	Q2	در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کسب‌وکارم از حمایت و مشورت خانواده برخوردارم.	۰/۶۱۳	۱/۳۸۱	۶/۹۰۵	۴۷/۲۲۷	۰/۷۸۳
	Q3	از حمایت و تشویق دیگر زنان کارآفرین در شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای بهره‌مند می‌شوم.	۰/۷۲۳				
	Q16	نهادهای محلی (شورای روستا، دهیاری) از کسب‌وکار من حمایت می‌کنند.	۰/۸۳۶				
	Q17	بین من و سایر فعالین حوزه گردشگری (مانند دفاتر مسافرتی، هتل‌ها) همکاری و اعتماد متقابل وجود دارد.	۰/۵۴۱				
	Q18	در جامعه محلی به عنوان یک زن کارآفرین موفق، اعتبار و شهرت دارم.	۰/۷۶۲				
	Q20	هنگام مواجهه با مشکلات کاری، از پشتیبانی عاطفی اطرافیانم برخوردارم.	۰/۴۲۲				
سرمایه اقتصادی	Q7	دسترسی من به وام‌های کم‌بهره برای راه‌اندازی یا توسعه کسب‌وکار گردشگری‌ام میسر است.	۰/۶۳۸	۱/۲۹۴	۶/۴۷۰	۵۳/۶۹۷	۰/۷۵۵
	Q9	پس‌انداز شخصی یا خانوادگی من برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار گردشگری کافی است.	۰/۵۶۴				
	Q10	از حمایت‌های مالی نهادهای دولتی (مانند کمیته امداد، بسیج سازندگی) برای کارآفرینی بهره‌مند شده‌ام.	۰/۵۸۹				

نام متغیر	نام شاخص	گزاره	بارهای عاملی	مقدار ویژه	درصد واریانس	واریانس تجمعی	مقدار آلفا
	Q13	زیرساخت‌های فیزیکی محل کسب‌وکارم (مانند دسترسی به جاده، اینترنت پرسرعت، آب و برق) مناسب است.	۰/۷۳۸				
	Q14	توانایی مالی من برای بازاریابی و تبلیغات کسب‌وکارم در سطح استان و کشور کافی است.	۰/۷۷۹				
سرمایه فرهنگی	Q1	از دانش بومی و محلی (مانند صنایع دستی اصیل، آشپزی محلی، قصه‌گویی) در کسب‌وکار خود بهره می‌برم.	۰/۵۲۴	۱/۰۵۶	۵/۲۷۸	۵۸/۹۷۵	۰/۷۱۲
	Q4	از مهارت‌های فناوری اطلاعات (مانند کار با اینستاگرام، وبسایت) برای توسعه کسب‌وکارم استفاده می‌کنم.	۰/۵۵۵				
	Q8	دوره‌های آموزشی تخصصی مرتبط با گردشگری و مدیریت کسب‌وکار را گذرانده‌ام.	۰/۴۰۳				
	Q19	تسلط من بر زبان‌های خارجی برای ارتباط با گردشگران بین‌المللی کافی است.	۰/۸۲۸				

جدول ۳ نتایج تحلیل عاملی اکتشافی را نشان می‌دهد که با هدف شناسایی و دسته‌بندی عوامل زیربنایی مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در گردشگری استان لرستان انجام شده است. بر اساس این تحلیل، چهار عامل اصلی با مقادیر ویژه بالاتر از ۱ استخراج شدند که در مجموع ۵۸/۹۷۵ درصد از واریانس کل سازه را تبیین می‌کنند. این مقدار نشان‌دهنده آن است که این چهار عامل به خوبی قادرند تنوع‌پذیری داده‌های پژوهش را پوشش دهند.

عوامل نهادی با تبیین ۴۰/۳۲۲ درصد از واریانس، به عنوان مهم‌ترین عامل شناسایی شد. این عامل شامل مؤلفه‌هایی مانند دریافت مجوزهای کسب‌وکار، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، قوانین دولتی، نگرش جامعه محلی و هماهنگی با نهادهای دولتی است. بارهای عاملی این مؤلفه‌ها بین ۰/۴۱۸ تا ۰/۶۴۹ متغیر است که نشان می‌دهد موانع اداری و نهادی و همچنین نگرش فرهنگی جامعه، نقش تعیین‌کننده‌ای در توانمندسازی اقتصادی زنان دارند. پایایی این عامل با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۷ مورد تأیید قرار گرفت.

سرمایه اجتماعی با تبیین ۶/۹۰۵ درصد از واریانس، دومین عامل مهم است. این عامل بر نقش حمایت خانواده، شبکه‌های اجتماعی زنان کارآفرین، حمایت نهادهای محلی، وجود همکاری و اعتماد متقابل با دیگر فعالان گردشگری، اعتبار اجتماعی و پشتیبانی عاطفی تأکید دارد. بار عاملی مؤلفه «حمایت نهادهای محلی» (۰/۸۳۶) به عنوان بالاترین بار در این عامل، نشان‌دهنده اهمیت کلیدی نهادهای اجتماعی رسمی و غیررسمی در موفقیت زنان است. پایایی این عامل نیز با آلفای ۰/۷۸۳ مطلوب است.

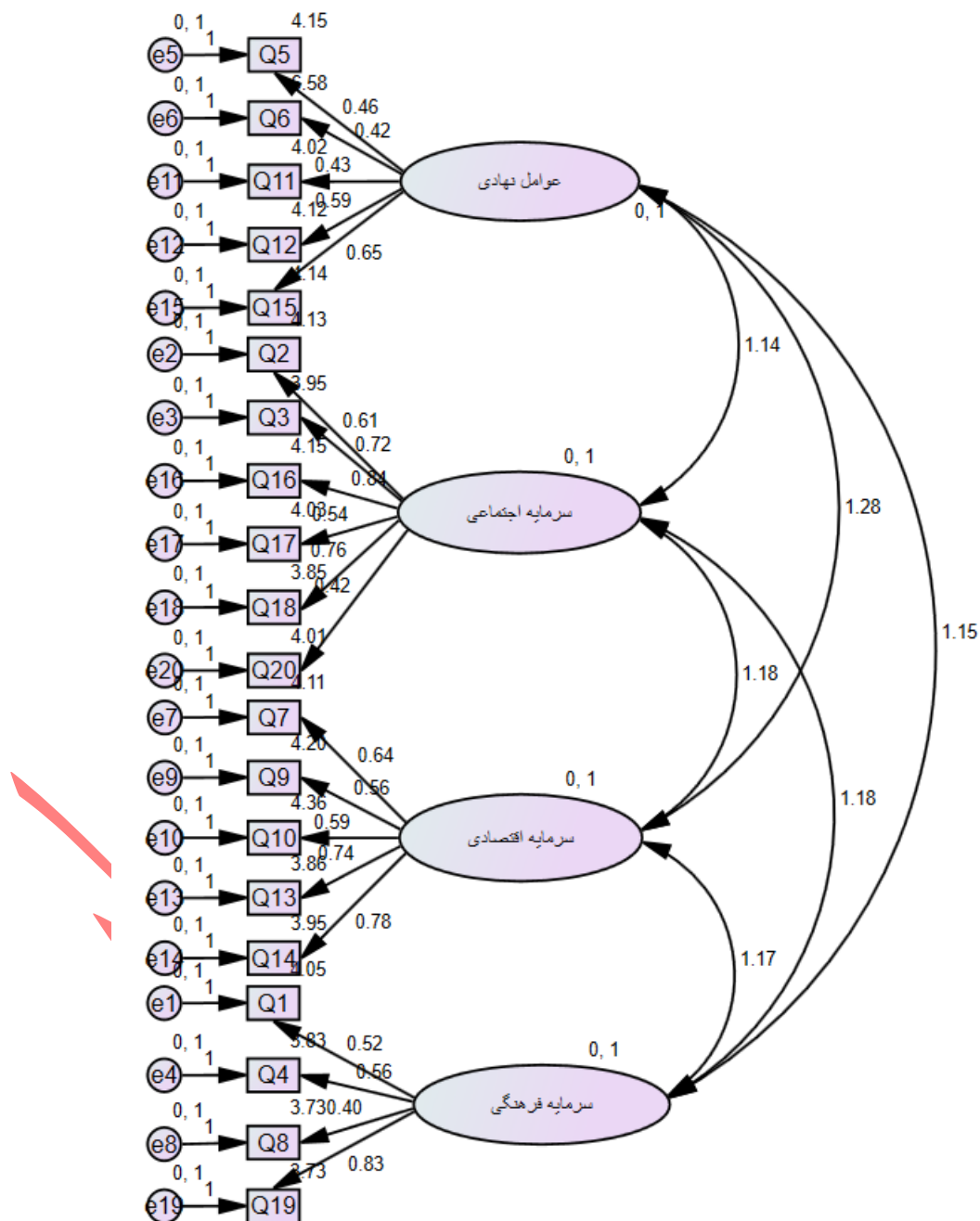
سرمایه اقتصادی با تبیین ۶/۴۷ درصد از واریانس، به عنوان سومین عامل استخراج شد. این عامل دسترسی به وام‌های کم‌بهره، پس‌انداز شخصی، حمایت‌های مالی نهادهای دولتی، کیفیت زیرساخت‌های فیزیکی و توانایی مالی برای بازاریابی را پوشش می‌دهد. مؤلفه «توانایی مالی برای بازاریابی» با بار عاملی ۰/۷۷۹، بالاترین وزن را در این عامل دارد که نشان می‌دهد داشتن سرمایه کافی برای معرفی و توسعه کسب‌وکار، حتی از دسترسی به سرمایه اولیه نیز مهم‌تر است. پایایی این عامل با آلفای ۰/۷۵۵ قابل قبول است.

سرمایه فرهنگی با تبیین ۵/۲۷۸ درصد از واریانس، آخرین عامل است. این عامل بر دانش بومی و محلی، مهارت‌های فناوری اطلاعات، گذراندن دوره‌های آموزشی تخصصی و تسلط بر زبان‌های خارجی متمرکز است. مؤلفه «تسلط بر زبان‌های خارجی» با بار عاملی بسیار بالا (۰/۸۲۸)، به وضوح نشان می‌دهد که برای ارتباط با گردشگران بین‌المللی و توسعه بازار، این مهارت یک دارایی حیاتی محسوب می‌شود. پایایی این عامل با آلفای ۰/۷۱۲ در حد قابل قبولی قرار دارد.

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری / ک محمدی و بسته نگار

در مجموع، این تحلیل نشان می‌دهد که توانمندسازی اقتصادی زنان در گردشگری لرستان، پدیده‌ای چندبعدی است که تنها با تأمین سرمایه اقتصادی محقق نمی‌شود، بلکه بهبود بستر نهادی، تقویت سرمایه اجتماعی و ارتقای سرمایه فرهنگی، پیش‌نیازها و مکمل‌های ضروری برای آن هستند. نتایج مدل ساختاری نهایی از عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری در استان لرستان که براساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی اجرا شده است، در شکل ۲ به صورت استاندارد شده نشان داده شده است.

شکل ۲: مدل ساختاری عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری در استان لرستان



شکل ۲ مدل ساختاری نهایی پژوهش را که بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی (جدول ۲) و تأییدی ترسیم شده است، به صورت استاندارد شده نشان می‌دهد. در این مدل، چهار سازه مکنون (عوامل نهادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی) در نظر گرفته شده‌اند.

همانطور که در مدل مشاهده می‌شود، هر یک از چهار عامل با چندین شاخص یا گویه (متغیرهای آشکار) که در تحلیل عاملی شناسایی شدند، اندازه‌گیری شده‌اند. اعداد روی پیکان‌ها، بارهای عاملی استاندارد شده هستند که همگی از نظر آماری معنادار می‌باشند، نشان می‌دهند که گویه‌های انتخاب شده، سنجه‌های خوب و قابل اعتمادی برای اندازه‌گیری سازه‌های پنهان مربوطه هستند. علاوه بر این، پیکان‌های توانمندسازی اقتصادی زنان، ضرایب مسیر استاندارد شده را نشان می‌دهند. این ضرایب، شدت و جهت رابطه هر عامل با متغیر وابسته را مشخص می‌کنند. بر اساس این مدل، به نظر می‌رسد که تمامی این عوامل تأثیر مثبت و مستقیمی بر توانمندسازی اقتصادی دارند. میزان این تأثیرات با مقایسه اندازه ضرایب مسیر قابل ارزیابی است. برای مثال، ممکن است عامل «سرمایه اجتماعی» با ضریب مسیر بالاتری نسبت به «سرمایه اقتصادی» داشته باشد که نشان می‌دهد در بافت خاص استان لرستان، حمایت اجتماعی و شبکه‌های ارتباطی حتی از دسترسی به منابع مالی نیز مهم‌تر هستند.

در نهایت، مدل روابط همبستگی بین خود عوامل برون‌زا را نیز با پیکان‌های دوسرکج نشان می‌دهد. این روابط تأیید می‌کنند که این عوامل کاملاً مستقل از هم نیستند و می‌توانند بر یکدیگر تأثیر متقابل بگذارند؛ برای مثال، بهبود سرمایه فرهنگی (مانند مهارت‌های زبانی) ممکن است منجر به گسترش شبکه‌های اجتماعی (سرمایه اجتماعی) شود.

با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت مدل پژوهش برازش مناسبی دارد و سازه‌ها و گویه‌های مرتبط با آنها معنادارند. جدول ۴ نشان می‌دهد که تمامی مشخصه‌های برازندگی در سطح پذیرفتنی هستند و داده‌های این تحقیق با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و گویه‌های این مقیاس با سازه زیربنایی همسویند.

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش در روش تحلیل عاملی تأییدی

شاخص تناسب	X2/df	RMSEA	IFI	RFI	NFI	TLI	CFI
دامنه مقبول	< ۳	< ۰/۰۸	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹
نتیجه	۱/۲۵	۰/۰۲۶	۱.۰۰۰	۱.۰۰۰	۰/۹۸	۱.۰۰۰	۰/۹۸

جدول ۴ شاخص‌های برازش مدل ساختاری نهایی پژوهش را که در شکل ۲ نمایش داده شده است، گزارش می‌کند. این شاخص‌ها برای ارزیابی این موضوع به کار می‌روند که آیا مدل پیشنهادی پژوهش با داده‌های جمع‌آوری شده شده، برازش مناسبی دارد یا خیر. مقادیر به دست آمده برای تمامی شاخص‌های گزارش شده در این جدول، در محدوده مقبول و مطلوب قرار دارند که نشان می‌دهد مدل پژوهش از برازش بسیار خوبی برخوردار است و به خوبی می‌تواند کوواریانس بین متغیرها را توضیح دهد.

کای-دو نسبت به درجه آزادی: مقدار ۱/۲۵ که بسیار کمتر از حد استاندارد ۳ (و حتی ۵) است، نشان‌دهنده برازش عالی مدل است. این مقدار غیرمعنادار بودن اختلاف بین ماتریس کوواریانس نمونه و ماتریس کوواریانس مدل را نشان می‌دهد. ریشه میانگین مربعات خطای تقریب: مقدار ۰/۰۲۶ که بسیار کمتر از حد آستانه ۰/۰۸ و حتی ۰/۰۵ است، حاکی از دقت بالایی مدل در جامعه آماری است و خطای تقریب بسیار پایینی را نشان می‌دهد.

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری / محمدی و بسته نگار

شاخص برازش تطبیقی، شاخص برازش هنجاری، شاخص برازش افزایشی: مقادیر $0/98$ برای CFI و NFI و $1/000$ برای IFI، که همگی بالاتر از حد مطلوب $0/95$ و حتی بسیار نزدیک به 1 هستند، نشان می‌دهند که مدل پیشنهادی به طور قابل توجهی بهتر از یک مدل پایه (مانند یک مدل صفر) با داده‌ها برازش دارد. شاخص برازش نسبی TLI و RFI: مقادیر $1/000$ برای هر دو شاخص، که نشان‌دهنده برازش کامل و ایده‌آل است. این شاخص‌ها نیز برای مقادیر بالای $0/9$ قابل قبول هستند. مجموعه این شاخص‌ها به صورت قاطعانه نشان می‌دهند که مدل مفهومی پژوهش که روابط بین چهار عامل و تأثیر آنها بر توانمندسازی اقتصادی زنان را ترسیم می‌کند، از پشتیبانی قوی داده‌های تجربی برخوردار است و یک چارچوب معتبر و قابل اعتماد برای درچگونگی توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در گردشگری استان لرستان ارائه می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

توانمندسازی اقتصادی زنان در عرصه کارآفرینی گردشگری، به عنوان یک راهبرد کلیدی در تحقق توسعه پایدار و عدالت جنسیتی، نقش تعیین‌کننده‌ای در بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان ایفا می‌کند. این فرآیند پیچیده و چندبعدی، تنها از طریق درک عمیق عوامل مؤثر و تعامل پویای بین آن‌ها قابل تحقق است. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان کارآفرین در صنعت گردشگری استان لرستان و با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که توانمندسازی اقتصادی زنان در این بافت، تحت تأثیر چهار عامل اصلی نهادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی قرار دارد که در مجموع نزدیک به 59 درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

در میان این عوامل، عامل نهادی با بیشترین سهم تبیینی ($40/322$ درصد) به عنوان مهم‌ترین تعیین‌کننده توانمندسازی اقتصادی زنان شناسایی شد. این یافته با نتایج مطالعات متعددی همسو و در عین حال با برخی دیگر در تضاد است. حقیق تاپا کارکی و همکاران (2021) و ماتبولا (2023) نیز بر نقش قوانین دولتی، هنجارهای اجتماعی و فرآیندهای اداری به عنوان عوامل کلیدی در توانمندسازی زنان تأکید داشتند. به طور خاص، یافته ما در مورد نقش حیاتی «نگرش جامعه محلی» و «هماهنگی با نهادهای دولتی»، یافته‌های الشاعر و همکاران (2021) را تأیید می‌کند که نشان دادند توانمندسازی اجتماعی (که شامل پذیرش جامعه می‌شود) یک پیش‌نیاز اساسی برای توسعه پایدار است. با این حال، این نتیجه با مطالعه ساماد و الحارثی (2022) که «حمایت مالی» را به عنوان حیاتی‌ترین عامل گزارش کرد، در تضاد نسبی قرار می‌گیرد. این تضاد را می‌توان به بافت متفاوت مطالعات نسبت داد؛ استان لرستان با ساختارهای اجتماعی قوی و سنتی، بیش از آنکه با کمبود سرمایه‌های مالی اولیه روبرو باشد، با چالش‌های نهادی و پذیرش اجتماعی دست و پنجه نرم می‌کند.

سرمایه اجتماعی با سهم تبیینی $6/905$ درصدی، به عنوان دومین عامل مهم شناسایی شد. این یافته به طور قوی از پژوهش‌های مایگر و هوخ‌باین (2021) و هریسون و همکاران (2024) پشتیبانی می‌کند که به ترتیب بر اهمیت «اعتماد اجتماعی و شبکه‌های حمایتی» و «شبکه‌های ارتباطی کارآفرینان زن» تأکید کردند. همچنین، همخوانی کامل با مطالعه زحمتکش سردوراهی و همکاران (2024) مشاهده می‌شود که عوامل «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی» و «همکاری با کارآفرینان موفق» را دارای بیشترین اهمیت و مرکزیت دانستند. نقش کلیدی «حمایت نهادهای محلی» در یافته ما، یافته بومی قنبری و همکاران (2016) را نیز تأیید می‌کند که بر نقش انجمن‌ها و نهادهای محلی در توانمندسازی زنان در سی سخت تأکید داشتند.

سرمایه اقتصادی با تبیین $6/47$ درصد از واریانس، به عنوان سومین عامل مؤثر شناسایی شد. این نتیجه با یافته‌های جانسون و همکاران (2025) و ساماد و الحارثی (2022) همسو است که دسترسی به منابع مالی را شرط لازم برای کارآفرینی موفق زنان دانسته‌اند. نکته جالب توجه، همسویی این یافته با تحقیق حسنی و خادم (2023) است که «حمایت مالی» را یکی از سه عامل اصلی

دارای مرکزیت در توسعه کارآفرینی زنان در کنوان شناسایی کرد. پایین تر بودن رتبه این عامل نسبت به عوامل نهادی و اجتماعی در مطالعه حاضر، نشان دهنده این است که در بافت خاص لرستان، حتی اگر سرمایه اقتصادی فراهم باشد، بدون وجود بستر نهادی مساعد و شبکه های حمایتی قوی، تحقق توانمندسازی پایدار با چالش مواجه خواهد شد. این نتیجه، دیدگاه پازوکی (2021) را تقویت می کند که بر «ماموریت دوگانه» (ترکیب اهداف اقتصادی و اجتماعی) کسب و کارهای زنان تأکید داشت.

سرمایه فرهنگی با تبیین ۵/۲۷۸ درصد از واریانس، چهارمین عامل مؤثر بود. این یافته با پژوهش هک-پولای و همکاران (2022) که بر اهمیت «دانش بومی و مهارت های زبانی» به عنوان مزیت رقابتی تأکید کردند، همخوانی کامل دارد. همچنین، مطالعه چنتی و اومجیسی (2024) و ذوالفقاری و قانع یخدان (2023) به ترتیب بر نقش «دانش بومی» و «سرمایه فرهنگی» به عنوان عوامل مؤثر کلیدی صحنه می گذارند. اهمیت بسیار بالای مؤلفه «تسلط بر زبان های خارجی» (با بار عاملی ۰/۸۲۸) در یافته ما، نشان می دهد که زنان کارآفرین لرستانی چشم انداز خود را به بازارهای بین المللی گسترش داده اند و این نیاز را به وضوح احساس می کنند. یافته های این پژوهش به خوبی از تلفیق نظریه های بورديو (سرمایه ها)، نهادی و قابلیت ها حمایت می کند. این مطالعه نشان داد که توانمندسازی اقتصادی صرفاً با دسترسی به منابع (نگاه سنتی) حاصل نمی شود، بلکه تحقق «قابلیت» تبدیل این منابع به نتایج مطلوب، مستلزم وجود یک بستر نهادی-ساختاری حمایتگر و یک شبکه اجتماعی قوی است. این نتیجه، هسته اصلی نظریه قابلیت های (Das et al, 2023) و همچنین دیدگاه اکوفمینیستی (Ghasemi et al, 2021) را که بر بازتوزیع قدرت و تغییر ساختارها تأکید دارند، تأیید می کند.

بر اساس یافته های این پژوهش، پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می گردد: اولاً، تدوین و اجرای سیاست های نهادی تسهیل کننده شامل ساده سازی فرآیندهای صدور مجوز، ایجاد شورای مشورتی زنان کارآفرین در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان، و اصلاح قوانین به نفع دسترسی عادلانه زنان به منابع. ثانیاً، تقویت سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد شبکه های حرفه ای زنان کارآفرین، برگزاری دوره های راهنمایی و تسهیل ارتباط بین نهادهای محلی و زنان کارآفرین. ثالثاً، بهبود دسترسی به سرمایه اقتصادی با ایجاد صندوق اعتبارات خرد ویژه زنان کارآفرین در گردشگری، ارائه وام های کم بهره، و برگزاری کارگاه های آموزشی مدیریت مالی. رابعاً، ارتقای سرمایه فرهنگی-آموزشی از طریق برگزاری دوره های آموزش تخصصی گردشگری، کارگاه های مهارت های زبانی و مستندسازی و بهره برداری از دانش بومی زنان در توسعه محصولات گردشگری.

در زمینه پیشنهادات پژوهشی، انجام مطالعات کیفی برای درک عمیق تر تجربیات زنان کارآفرین، پژوهش های تطبیقی بین استان لرستان و دیگر مناطق با ویژگی های فرهنگی مشابه و بررسی نقش فناوری های دیجیتال در توانمندسازی اقتصادی زنان در گردشگری پیشنهاد می شود. همچنین، انجام مطالعات طولی برای سنجش پایداری اثرات مداخلات توانمندسازی می تواند گامی مؤثر در توسعه دانش این حوزه باشد.

این پژوهش با محدودیت هایی نیز روبرو بوده است که از جمله می توان به استفاده از روش نمونه گیری در دسترس به دلیل پراکندگی جامعه آماری، تمرکز بر استان لرستان که تعمیم پذیری نتایج به دیگر بافت های فرهنگی را محدود می کند، و عدم بررسی عمیق تفاوت های قومی و فرهنگی درون استان اشاره کرد. غلبه این محدودیت ها می تواند زمینه ساز پژوهش های آتی باشد.

در خاتمه، این پژوهش نشان داد که توانمندسازی اقتصادی زنان در گردشگری لرستان، نیازمند رویکردی یکپارچه و چندسطحی است که بهبود همزمان بستر نهادی، تقویت سرمایه اجتماعی، تسهیل دسترسی به منابع مالی و ارتقای سرمایه فرهنگی-آموزشی را دربرمی گیرد. تحقق این امر نه تنها به عدالت جنسیتی و بهبود معیشت زنان منجر خواهد شد، بلکه می تواند به توسعه پایدار گردشگری در استان لرستان بینجامد.

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

نویسندگان اعلام می‌دارند که در فرایند نگارش مقاله از هیچ هوش مصنوعی استفاده نکرده‌اند.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان برابر است.

تضاد منافع

ندارد

References

- Arshad, M., Farooq, M., Atif, M., & Farooq, O. (2021). A motivational theory perspective on entrepreneurial intentions: A gender comparative study. *Gender in Management: An International Journal*, 36(2), 221–240.
<https://doi.org/10.1108/GM-12-2019-0253>
- Balzano, M., Marzi, G., & Turzo, T. (2025). SMEs and institutional theory: Major inroads and opportunities ahead. *Management Decision*, 63(13), 1–27.
<https://doi.org/10.1108/MD-05-2023-0734>
- Bravim, J. M., de Carvalho, A. C. V., Segatto, A. P., & Morais-da-Silva, R. L. (2025). Are there key characteristics of social enterprises that foster relationships with government, universities and civil society? *Social Enterprise Journal*. Advance online publication.
<https://doi.org/10.1108/SEJ-08-2024-0136>
- Chen, X., & Yu, S. (2024). Synergizing culture and tourism talents: Empowering tourism enterprises for success. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(3), 12439–12471.
<https://doi.org/10.1007/s13132-023-01598-x>
- Cheteni, P., & Umejiesi, I. (2024). Indigenous knowledge in entrepreneurship and cultural tourism in the rural areas. *Comparative Sociology*, 23(3), 340–359.
<https://doi.org/10.1163/15691330-bja10110>
- Das, I., Klug, T., Krishnapriya, P. P., Plutshack, V., Saparapa, R., Scott, S., ... & Jeuland, M. (2023). Frameworks, methods and evidence connecting modern domestic energy services and gender empowerment. *Nature Energy*, 8(5), 435–449.
<https://doi.org/10.1038/s41560-023-01234-7>
- Elshaer, I., Moustafa, M., Sobaih, A. E., Aliedan, M., & Azazz, A. M. (2021). The impact of women's empowerment on sustainable tourism development: Mediating role of tourism involvement. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100815.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100815>
- Firman, A., & Maichal, M. (2025). Empowering women entrepreneurs: Economic, social, and environmental contributions to tourism development in South Sulawesi. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 9(1), 27–36.
<https://doi.org/10.18196/jerss.v9i1.24708>
- Ghanbari, A., Derakhshan, E., Hassanzadeh, M., & Geramizadeh, A. (2016). Factors affecting women's empowerment with emphasis on the tourism sector: A case study of Si Sakht city. *Social Studies of Tourism*, 4(8), 127–153. [In Persian]
<http://noo.rs/3F3hi>
- Ghasemi, M., Badsar, M., Falahati, L., & Karamidehkordi, E. (2021). The mediation effect of rural women empowerment between social factors and environment conservation: Combination of empowerment and ecofeminist theories. *Environment, Development and Sustainability*, 23(9), 13755–13777.

- <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01237-y>
Gugan, S. S., Steward, J. J., & Subhashini, A. (2024). The role of women in economic development. *Journal of Economics*, 12(2), 94–103.
<https://doi.org/10.34293/economics.v12i2.7211>
- Gupta, S., Wei, M., Tzempelikos, N., & Shin, M. M. (2024). Women empowerment: Challenges and opportunities for sustainable development goals. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 27(4), 608–630.
<https://doi.org/10.1108/QMR-11-2023-0160>
- Hack-Polay, D., Dal Mas, F., Mahmoud, A. B., & Rahman, M. (2022). Barriers to the effective exploitation of migrants' social and cultural capital in hospitality and tourism: A dual labour market perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 168–177.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.012>
- Harrison, R. T., Leitch, C. M., & McAdam, M. (2024). Margins of intervention? Gender, Bourdieu and women's regional entrepreneurial networks. *Entrepreneurship & Regional Development*, 36(3–4), 209–242.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2298981>
- Hassani, A., & Khadem, F. (2024). The role of factors affecting the development of rural women's entrepreneurship in sustainable tourism economy: A case study of Kandovan Village. *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(4), 15–32. [In Persian]
<https://doi.org/10.22034/jer.2023.2013241.1056>
- Johnson, E., Carter, J., & Brooks, A. (2025). Youth entrepreneurship and sustainable economic growth in Bangladesh: Challenges and solutions.
- Kakeesh, D. F. (2024). Female entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(3), 485–526.
<https://doi.org/10.1108/JRME-09-2023-0158>
- Liu, H., Tan, Z., & Xia, Z. (2024). The coupling coordination relationship and driving factors of the digital economy and high-quality development of rural tourism: Insights from Chinese experience data. *Land*, 13(11), 1734.
<https://doi.org/10.3390/land13111734>
- Mathebula, V. (2023). *Narrating the role of socio-cultural factors in entrepreneurial success: A study of township entrepreneurs* (Doctoral dissertation, University of Pretoria, South Africa).
- Mayger, L. K., & Hochbein, C. D. (2021). Growing connected: Relational trust and social capital in community schools. *Journal of Education for Students Placed at Risk (JESPAR)*, 26(3), 210–235.
<https://doi.org/10.1080/10824669.2020.1824676>
- Pascariu, G. C., Ibanescu, B. C., Nijkamp, P., & Kourtit, K. (2021). Tourism and economic resilience: Implications for regional policies. In *Tourism and Regional Science: New Roads* (pp. 129–147). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-981-16-3623-3_8
- Pazoki, M. (2023). Recognize and study the facilitators of rural empowerment in the tourism entrepreneurship process. *Human Geography Research*, 55(2), 155–173. [In Persian]
<https://doi.org/10.22059/jhgr.2022.338315.1008450>
- Samad, S., & Alharthi, A. (2022). Untangling factors influencing women entrepreneurs' involvement in tourism and its impact on sustainable tourism development. *Administrative Sciences*, 12(2), 52.
<https://doi.org/10.3390/admsci12020052>
- Surangi, H. A. K. N. S. (2018). What influences the networking behaviours of female entrepreneurs? A case for the small business tourism sector in Sri Lanka. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 116–133.
<https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2017-0049>
- Thapa Karki, S., Xheneti, M., & Madden, A. (2021). To formalize or not to formalize: Women entrepreneurs' sensemaking of business registration in the context of Nepal. *Journal of Business Ethics*, 173(4), 687–708.
<https://doi.org/10.1007/s10551-020-04541-1>
- Visiana, K. (2025). The role of women in community economic empowerment and tourism through women's knowledge-based MSMEs. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 10(2), 64–74.

بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان در کارآفرینی گردشگری / محمدی و بسته نگار

<https://doi.org/10.36348/sjbms.2025.v10i02.001>

Yosofvand, H. R., & Abdollahi, A. S. (2025). The role of rural women in the development of community-based tourism (CBT): A case study of villages around the Gahar Lake in Lorestan Province. *Spatial Planning*. Advance online publication. [In Persian]

<https://doi.org/10.22108/sppl.2025.145899.1854>

Zahmatkesh Saredorahi, M., Bastenegar, M., & Hassani, A. (2024). Investigating the economic effects of agricultural tourism on the development of entrepreneurship in rural areas: A case study of Fahraj Village, Yazd. *Village and Development*, 27(3), 245–265. [In Persian]

<https://doi.org/10.30490/rvt.2025.365836.1593>

Zolfaghari, A., & Ghanei Yakhdan, N. (2025). Meta-analysis of factors affecting rural women's entrepreneurship: Studies in the period of 2011–2022. *Community Development (Rural and Urban)*, 15(2), 409–427. [In Persian]

<https://doi.org/10.22059/jrd.2023.363424.668809>

مقاله در دست انتشار