

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/348621416>

# نقش زنان در صنعت گردشگری به عنوان بخش مؤثر و حمایتگر در توانمندسازی؛ (مقایسه وضعیت زنان در ایران و جهان)

Article · November 2020

CITATIONS

0

READS

85

2 authors:



Kamran Jafarpour Ghalehtemouri

67 PUBLICATIONS 353 CITATIONS

SEE PROFILE



Ali Movahed

Kharazmi University

42 PUBLICATIONS 77 CITATIONS

SEE PROFILE



ششمین کنفرانس بین المللی جغرافیادانان جهان اسلام

تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ آذر ۲۷



## نقش زنان در صنعت گردشگری به عنوان بخش مؤثر و حمایتگر در توانمندسازی؛ (مقایسه وضعیت زنان در ایران و جهان)

علی موحد<sup>۱</sup>، کامران جعفرپور قلعه تیموری<sup>۲\*</sup>

۱. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری دانشگاه خوارزمی

۲. مرکز مطالعات مخاطرات طبیعی ژاپن

### چکیده

صنعت جهانگردی ۵٪ از اشتغال جهان و تولید ناخالص داخلی ۷٪ در سراسر جهان را شامل می‌شود. تحقیقات مختلف نشان می‌دهد گردشگری بیشتر می‌تواند به اقتصاد و موضوعات اجتماعی کمک کند؛ اما توجه کمتری به همه ابعاد گردشگری شده است. نقش زنان در صنعت گردشگری است که کمتر بدان پرداخته شده است. تفاوت‌های بین اشتغال زن و مرد و دستمزد نابرابر بین آنها از جمله مباحث مهم است. این موضوع در کشورهای در حال توسعه نیز بیشتر دیده می‌شود. از آنجایی که زنان بخش آسیب‌پذیر جامعه هستند، صنعت گردشگری می‌تواند کمک بسزایی در رفع این تضادها داشته باشد. این مقاله سعی دارد نشان بدهد که وضعیت صنعت گردشگری در جهان و ایران چگونه است و چگونه می‌توان در بهبود شرایط زیست زنان به‌عنوان گروه‌های آسیب‌پذیر کمک کرد. روش بکار رفته در این تحقیق یک روش توصیفی و تحلیلی که سعی در پی بردن به شرایط و روابط موجود متداول و آشکار در تغییرات حاصل در مقوله میزان اشتغال زنان در گردشگری دارد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که زنها سهم بسیار کمی در مسئولیت‌های سطح متوسط و بالای شغلی بخش‌های صنعت توریسم دارند. این میزان بر اساس میزان توسعه‌یافتگی و سطح فرهنگ در کشورها و مناطق جغرافیایی متفاوت است. یافته‌ها نشان می‌دهد سهم زنان از صنعت گردشگری نابرابر است و حضور پررنگ زنان بیشتر در بخش خصوصی و مشاغل سطح پایین این صنعت است اگرچه فرصت بیشتری برای برای زنان فراهم شده است اما این نقش در سطوح بالای کمتر است.

واژگان کلیدی: گردشگری، زنان، برابری شغلی، توانمندسازی، ایران

### مقدمه

در سال ۱۹۹۵، اجلاس جهانی زنان در پکن برگزار شد. بیست سال بعد، و در غالب اهداف توسعه هزاره سازمان ملل در چارچوب زمانی تعیین شده رو به پایان است. اهدافی که در سال ۲۰۰۰ تنظیم شده یکی از آنها هدف‌ها "ارتقاء" برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان بود. " در این میان گردشگری به‌عنوان یکی از بخش‌های حضور جدی زنان می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد. از آنجایی که گردشگری می‌تواند نقش اساسی در دستیابی به این هدف داشته باشد ولی هنوز نقش زنان در این صنعت پردرآمد در حاله‌ای از ابهام است. در واقع سؤالاتی پیش می‌آید که جایگاه زنان در جهانگردی چیست و زنان چه نقشی را ایفا می‌کنند؟ و چگونه گردشگری می‌تواند به توانمندسازی زنان و ترویج برابری جنسیتی کمک کند؟ با نگاهی به زندگی واقعی

\* space.kamran@gmail.com



## ششمين گنجره بين المللي جغرافيدانان جهان اسلام

تهران - دانشگاه خوارزمي - ۱۳۹۹



زنان خواهيم داشت ابتكارات منطقه‌اي و بين‌المللي كه سعي در توانمندسازي زنان در جهانگري دارند را با تاكيد بر ايران موردبررسي قرار خواهيم داد.

در واقع با پيش روي قرار دادن هدف برنامه توسعه هزاره سوم، تعهد بين‌المللي را براي ارتقاء برابري جنسيتي و توانمندسازي زنان بيان مي‌كند كه سعي در طرح مسئله حضور زنان در عرصه گردشگري داريم. با اين حال، ساختارهاي مردسالارانه مانند نظام‌هاي سنتي، مديریت سنتي و دسترسي نابرابر به آموزش همچنان موانع بزرگي براي دستيابي مساوي مردان و زنان است. ساختارهاي موجود در جامعه مي‌توانند زنان را در رابطه با مردان بي ارزش جلوه دهند و دسترسي زنان به منابع را محدود كنند. مخالفان حقوق زنان كه ادعاي اينكه تغييرناپذير "فرهنگ"، "عرف" و "سنت" سعي در منطقي كردن حضور زنان استفاده کرده‌اند (Hubbard, 2007, Becker, 2007) به همين ترتيب، مفاهيم "احترام" در ضمن مشروعيت دادن به سوء استفاده از زنان، فرصت‌هاي زنان را کاهش داده است (Mungwini, 2008, Jefremovas, 1991, Hungwe, 2006). براي ارتقاء برابري جنسيتي و توانمندسازي زنان، بايد درك كنيم كه گفتمان مردسالاري، به‌ويژه هنجارهاي احترام، باعث نابرابري جنسيتي مي‌شود. گفتمان مردسالاري چگونه بر آگاهي زنان از فرصتها و توانايي آنها در انتخاب در زندگي خود تأثير مي‌گذارد؟ همچنين بايد درك كنيم كه توانمندسازي چيست و چگونه با انگيزه‌هاي زنان در زمينه‌هاي خاص ارتباط دارد (Kabeer, 2012, Kabeer et al., 2011). اين نابرابري از بهرمندي يكسان از صنعت گردشگري در ميان زنان و مردان را نيز فراهم آورده است. مطابق با "گزارش اثرات اقتصادي ۲۰۱۳" توسط شوراي جهاني گردشگري مسافرتي (WTTC, 2013)، بخش گردشگري ۱۰۱ ميليون شغل در سراسر جهان، ۳،۴٪ از كل مشاغل و ۱۰٪ از اقتصاد جهاني. با در نظر گرفتن تمام مشاغل غيرمستقيم مرتبط با گردشگري، اين بخش يازده شغل را فراهم مي‌كند - و در حال افزايش است: كارشناسان تخمين مي‌زنند كه ۲۴ ميليون شغل اضافي كه بايد در جهانگري تا سال ۲۰۲۳ ايجاد شود. زنان در بازار كار گردشگري كاملاً نقش كارگري را بيشتر ايفا مي‌كنند تا كارفرمايي. در برخي از كشورها، ميزان اشتغال زنان گردشگري نسبت به ساير بخش‌ها بالاتر از نرخ متوسط است. سازمان جهاني كار گزارش داده است سهم زنان در جهانگري در سال ۲۰۱۳ ۵۵،۵٪ بود. در مناطق خاص، اين سهم حتي ۷۰٪ هم عبور مي‌كند (ILO, 2013). با اين حال، بسياري از زنان در بخش خدمات مشغول هستند (كه اغلب كم درآمد پاييني دارند) و در بخش‌هاي اداري كار مي‌كنند و جايگاهي بسيار نازل و ضعيف هستند. از آنجائيكه آمار و ارقام ميزان سطح مديریت زنان در بخش‌هاي مختلف نشان مي‌دهد زنان معمولاً كمتر در مقامات بالاتر، و پست‌هاي مديریتی در بخش جهانگري مشغولند كه در "گزارش جهاني در مورد زنان در جهانگري" UNWTO / UN نشان داده شده است (UNWTO / UN, 2011). با اين وجود، اين گزارش نتيجه مي‌گيرد كه بخش گردشگري مي‌تواند راه را براي اين امر هموار كند. WTTC موفقيت حرفه‌اي زنان گردشگري را يك واقعيت مي‌داند. فرصتي براي گروه‌هايي كه در بازار كار كم و بيش حضور دارند، در درجه اول زنان و جوانان. در عين حال، خطرات زباني كه در صنعت گردشگري به سر مي‌برند، خطرناك است نبايد نادیده گرفته شود بسياري از زنان در معرض تبعيض، پرداخت ناموفق و مشاغل ناامن قرار دارند يا قرباني سوءاستفاده‌هاي جنسي مي‌شوند ("گردشگري جنسي"). تمرکز بايد روي توسعه پايدار گردشگري باشد كه افراد فعال در آن تعامل بر روي يك پايه مساوي از حقوق و مزاي مساوي و مشابه بهره مند شوند، منافع مشترك داشته باشند، فرصت‌هاي متقابل براي رسيدن به مشاغل داشته باشند، و دستمزدی عادلانه دريافت مي‌كنند. براي تضمين اين امر بايد در سطوح مختلف اقداماتي اساسي صورت بگيرد. اول از همه، اقدامات قانوني مناسب بايد ايجاد شود. آگاهي عمومي نيز لازم است كه در مورد وضعيت كار ايجاد شود زيرا زنان در جهانگري بايد مورد توجه قرار گيرند، زيرا در بسياري موارد، تبعيض زنان بر اساس هنجارهاي اجتماعي و فرهنگي است. با اين حال، زنان نيز بايد انگيزه، حمايت و توانمندی برای مبني بر مشروعيت خود در دريافت حقوق و شركت



## ششمين گنډه بين المللي جغرافيدانان جهان اسلام

تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ز ۲۷ آذر



فعالانه در گردشگری را بر این مبنای یک آموزش مناسب صورت دهند. بنابراین آموزش کافی برای زنان و دختران از مهمترین جنبه‌هاست که می‌تواند در احقاق حقوق حقه آن‌ها بسیار مؤثر باشد.

### ۲- زن و مردسالاری و گفتمان قدرت

برای درک چگونگی ادامه نابرابری جنسیتی، ما چگونگی تعامل گفتمان، قدرت و مردسالاری را بررسی می‌کنیم. گفتمان سیستم نمایش است که در آن عمل معنا و مفهوم ساخته می‌شود (Hall, 1997) قدرت گفتمان ایجاد می‌کند، بنابراین نخبگان اجتماعی می‌توانند آگاهی خود را - اعتقادات درباره آنچه "واقعی" است به دیگران تحمیل کنند (Freire, 2009, Foucault, 1977a, cited in McHoul and Grace, 1993, Foucault, 1977b, cited in Rabinow, 1984: 72-75) سپس ظلم از طریق درونی کردن آگاهی ستمگر، پذیرش فرومایگی ذاتی به یک ستمگر اعمال می‌شود (Freire, 2009). تنها با یک تعریف واحد و یا غالب از واقعیت، روابط قدرت موجود کاملاً طبیعی و غیرقابل انکار است (Bourdieu, 1994). دیدگاه قدرت به‌عنوان نیروی تولیدی نشان می‌دهد که تابعیت زنان نتیجه‌ای از "حقایق" فراگیر و تحمیل شده توسط بازیگران اجتماعی قدرتمندتر، اغلب مردان و زنان نخبه است. همچنین نشان می‌دهد که تمایز بین زن و مرد بیشتر از تعیین بیولوژیک جنسیت است، زیرا جنسیت از نظر فرهنگی ساخته شده و به صورت متقابل تشکیل شده است (Charmes and Hodgson, 2000, Wieringa, 2003). جوامع از طریق توزیع منابع، ارزش اجتماعی قدرت جنسیت را تولید می‌کنند (Goetz, 1995) و در جوامع مردسالارانه، توزیع نامتقارن برای مردان طرفدار دارد.

زنان بدون سازماندهی نیستند (Alcoff, 1994) و همچنین یک گروه همگن از نظر سن، طبقه، نژاد، قومیت یا دسترسی به منابع متمایز نیستند (Sharp et al. 2003, Charmes and Wieringa, 2003). با این حال، موقوفات نسبتاً محدود، محدودیت‌های بیشتر و قرار گرفتن در معرض خطر در جوامع پدرسالارانه، استقلال خود را محدود می‌کنند (Kabeer, 1997). زنانی که تصمیم می‌گیرند استقلال خود را برای مقررات و حمایت‌هایی که از تبعیت از پارامترهای مردسالاری ارائه می‌شود، کنار بگذارند، در آنچه "دنیز کاندیوتی" (1988) "معامله مردسالارانه" نامیده‌اند، وارد می‌شوند (Kabeer, 1997) نیز مراجعه کنید). با این حال، از دست دادن استقلال می‌تواند به شرایطی منجر شود که زنان به مردانی وابسته باشند که در واقع سهم خود را از آن‌ها نگرفته‌اند بلکه با آن‌ها معامله کرده‌اند (Kabeer et al., 2011). ماهیت گفتمان حاکی از آن است که فرهنگ مجموعه‌ای از هنجارهای ساخته شده اجتماعی است که با گذشت زمان تغییر می‌کند (Sharp et al., 2003). بنابراین ما می‌توانیم به بهترین شکل نابرابری جنسیتی را با ساختار شکنی پیام‌ها در مورد نقش‌ها، حقوق و وظایف «طبیعی» زنان برطرف کنیم. محققان فمینیستی و جنسیت و توسعه نشان داده‌اند که هنجارهای "احترام" نابرابری جنسیتی را تقویت می‌کند (e.g. Fernando and Cohen, 2014, Hungwe, 2006, Radhakrishnan, 2009). این گفتمان احترام (یا "زن محترم"، به‌عنوان مثال، Radhakrishnan, 2009) می‌تواند با القاء شرم و طاعت اجتماعی زنانی که از انطباق برخوردار نیستند و کنترل مردان بر زنان را تقویت کند، در عین حال تخصیص برخی از منابع را برای زنانی که نقش‌های "قابل احترام" را دارند فراهم می‌کند (Jefremovas, 1991, Hungwe, 2006, Fox, 1977). گفتمان احترام همچنین ساختاری را فراهم می‌کند که از طریق آن زنان می‌توانند زنان دیگر را سرکوب یا بیگانه کنند (Giles, 1992, Guérin et al., 2013). در حالی که عقاید مختلف در مورد احترام در یک فرهنگ واحد وجود دارد، سازه‌های اجتماعی غالب پیچیدگی را پوشانده و این فرض را ایجاد می‌کنند که اجماع وجود دارد (McPherson, 1994). بر خلاف دو راهبرد اصلی کنترل بر زنان - خلوت و محافظت - گفتمان محترم بودن،



## ششمین کنفرانس بین المللی جغرافیة نوان جهان اسلام

تران- دانشگاه خوارزمی- ۱۳۹۹ز ۲۷ آذر



نیازی به کنترل مستقیم و بیرونی ندارد و در کل چرخه زندگی یک زن پایدار است و زنان در هر سنی و طبقات اجتماعی و اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Fox, 1977). برای حضور زنان در همه عرصه‌های فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی نیازمند یک بستر مناسب فکری، فرهنگی و اجتماعی می‌باشیم. بازار کار نسبت به حضور مساوی جنسیتی انعطاف لازم را ندارد و این مسأله‌ای جهانی است ولی در کشورهای کمتر توسعه یافته بیشتر دیده می‌شود.

### تلاش‌های جهانی برای مشارکت زنان در صنعت گردشگری

در سال ۲۰۱۰، "اصول توانمندسازی زنان در مؤسسه جهانی زنان سازمان ملل و سازمان ملل راه اندازی شد" (WEP, 2010). با تأکید بر برابری به معنای تجارت" است، هدف این اصول است به‌ویژه آگاهی از مشاغل. شبکه‌های جهانی شامل هفت اصل برای توانمندسازی زنان در محل کار است  
بازار کار و درون جامعه:

۱. ایجاد همکاری در سطوح هدایت و رهبری سطح بالا شرکت به منظور برابری جنسیت
  ۲. با زنان و مردان منصفانه در محل کار رفتار کنید - به حقوق بشر و عدم تبعیض احترام بگذارید و از آن‌ها حمایت کنید.
  ۳. اطمینان حاصل کردن از سلامتی، ایمنی و رفاه همه زنان و کارگران مرد
  - ۴- ارتقاء آموزش و پیشرفت حرفه‌ای برای خانم‌ها.
  ۵. پیاده سازی توسعه شرکت، به گونه‌ای که در زنجیره تأمین و شیوه‌های بازاریابی که زنان را توانمند می‌کند.
  ۶. دفاع از برابری از طریق ابتکارات اجتماعی.
  ۷. سنجش و گزارش عمومی در مورد پیشرفت برای دستیابی به پلت فرم برابری جنسیت "جهانگردی جنسیتی با مسئولیت پذیری" هدف از توانمندسازی زنان در جهانگردی در سراسر جهان باشد.
- این برنامه در سال ۲۰۱۳ با ارائه "شش ستون گردشگری مسئول جنسیتی" ([www.g-t.org](http://www.g-t.org)) در بازار جهانی گردشگری راه اندازی شد. تمرکز بر افزایش آگاهی از کیفیت و کمیت کار زنان در جهانگردی، شرایط عادلانه کار و دستمزد عادلانه و مشارکت و ترفیع زنان در سمت‌های اجرایی.

چندین گروه هتل مانند گروه Accor نیز خود را به متعهد می‌کنند "اصول توانمندسازی زنان" (وب) که در بالا ذکر شد را در دستور کار خود قرار بدهند. Accor 3500 هتل را در ۹۲ نقطه از جهان با بیش از ۱۶۰,۰۰۰ نفر اشتغال این طرح را در حال اجرا دارند. در سال ۲۰۱۱، این گروه "منشور تنوع" را تهیه کرد، بیانیه‌ای برای برابری حرفه‌ای و مبارزه با کلیشه‌ها. در پایان سال ۲۰۱۲، شبکه بین‌المللی زنان "زنان در تولید 7 (WAAG)" Accor تأسیس شد. در آن زمان، میزان اشتغال زنان در گروه ۵۰٪ بود (مطابق گزارش سالانه آن‌ها ۲۰۱۲)؛ با این حال، تنها ۲۷٪ از مدیران هتل و فقط ۱۳٪ مدیران عملیات زنان بودند. در اتریش، (Hilton Hotels, 2011) از ۳۰ هتل Accor توسط زنان اداره می‌شوند.

### برنامه بانک جهانی برای توانمندسازی زنان از صنعت جهانگردی

بانک جهانی پروژه‌ای را در صنعت توریسم تحت عنوان منا که در برگرنده شمال آفریقا و خاورمیانه بود را به جهت حمایت از جهانگردی مبتنی بر جوامع در امتداد مسیر تاریخی کرانه باختری قرارداد. این مسیر پیاده روی ۱۰۰ کیلومتری ترکیه، اردن، اسرائیل و کرانه باختری را تحت پوشش قرار داده و از طریق اجتماعات و مکان‌های مهم تاریخی، فرهنگی، زیست محیطی و مقدس به بازدید کنندگان یک تجربه منطقه‌ای منحصر به فرد و تعامل با افراد محلی می‌پردازد. این پروژه تحت عنوان "بانک جهانی و غزه" اجتماعات پراکنده‌ای را در مسیر کرانه باختری با هدف تولید درآمد از گردشگری به‌عنوان شغل و بهبود فرصت‌های اقتصادی برای زنان صورت گرفت.



## ششمین گنگره بین المللی جغرافیة زنان جهان اسلام

تهران - دانشگاه خوارزمی - ۲۷ آذر ۱۳۹۹



این پروژه ابتکاری در مقیاس کوچک، که در سال ۲۰۱۴ اجرا شده است، ۱۳۷ شغل ایجاد کرده است که ۵۷٪ آن مربوط به زنان است. با این حال، مزایای این پروژه فراتر از اشتغال است. پس از پایان جلسات آموزشی پروژه، ۶۰٪ از مصاحبه کنندگان گفتند که به احتمال زیاد در مورد مشکلات موجود در جوامع خود بسیار تأثیرگذار عمل می‌کنند. از شرکت کنندگان مورد بررسی، ۶۲٪ اظهار داشتند که بیشتر درگیر حل اختلافات بودند. ۶۰٪ مشارکت فعالانه در کارزارهای افزایش آگاهی شروع کردند. و ۷۳٪ فعالیت‌های داوطلبانه خود را افزایش داده‌اند. همچنین زنان اظهار داشته‌اند که مشغول تصمیم‌گیری در مراکز سنتی مردسالاری هستند و آرام آرام احساس قدرت بیشتری می‌کنند. یکی از شرکت کنندگان زن اظهار داشت: "من قبلاً خجالتی بودم. اکنون من نماینده‌ای هستم. من در جلسات شرکت می‌کنم و تصمیم می‌گیرم." (بانک جهانی ۲۰۱۷)

بر اساس آخرین آمار منتشره شده در سال ۲۰۱۹ که توسط بانک جهانی، انجمن بین‌المللی همکاری‌های آلمان، و سازمان گردشگری جهانی وابسته به سازمان ملل انتشار یافته و در یک گزارش مفصل به چاپ رسیده صنعت گردشگری پتانسیلهای بسیار خوبی را برای حضور زنان بوجود آورده و ذیل آن به سه نکته اساسی اشاره می‌شود که عبارتند از:

۱. اکثر نیروی کار گردشگری در سراسر جهان زن هستند.
۲. گردشگری فرصت‌های بیشتری را برای کارآفرینی زنان نسبت به بخش‌های دیگر اقتصاد فراهم نموده.
۳. سیاست‌های گردشگری به طور فزاینده‌ای برابری جنسیتی را مورد توجه قرار می‌دهد (مرکز مطالعات زنان سازمان ملل ۲۰۱۹)

### اهمیت حضور زنان در صنعت گردشگری

اگرچه اطلاعات زیادی هنوز در دسترس نیست، اما نتایج این بررسی اولیه نشان می‌دهد که گردشگری ارزش سرمایه‌گذاری دارد؛ و این پتانسیل وجود دارد یک موتور محرک برای توانمندسازی زنان در مناطق در حال توسعه جهان است. جهانگردی فرصت‌های بسیاری برای مشارکت بهتر زنان در نیروی کار، کارآفرینی زنان، و رهبری زنان نسبت به سایر بخش‌های اقتصاد ارائه می‌دهد. در واقع زنان در جهانگردان بدون دستمزد، کم‌سواد و کم سابقه هستند. ولی جهانگردی مسیریابی را برای ارائه دارد که به موفقیت می‌انجامد.

۱. زنان بخش عمده‌ای از نیروی کار رسمی گردشگری را تشکیل می‌دهند.
  ۲. زنان به خوبی در خدمت و مشاغل سطح سطوح دفتری حضور دارند ولی بسیار ضعیف در سطح حرفه‌ای هستند.
  ۳. زنان در جهانگردی معمولاً ۱۰٪ از کل درآمد دارند در حالیکه ۱۵٪ کمتر از هم‌تایان مرد خود کمتر حقوق می‌گیرند.
  - ۴- بخش گردشگری زنان کارفرما تقریباً دو برابر بیشتر از سایر بخش‌ها است.
  - ۵- یکی از پنج وزیر جهانگردی در سراسر جهان هستند زنان.
  ۶. زنان نسبت بسیار بالاتری را به‌عنوان کارگر در بخش گردشگری به خود اختصاص می‌دهند.
  ۷. مقدار زیادی کار بدون پرداختی و دستمزد توسط زنان در مشاغل گردشگری خانوادگی انجام می‌شود. با وجود این نتایج، هنوز هم چیزهای زیادی برای یافتن و تحلیل کردن وجود دارد به‌عنوان مثال، چگونه میزان دستمزد زنان بین مشاغل متفاوت گردشگری مورد محاسبه قرار می‌گیرد. تفاوت میزان ساعت کار زنان با مردان در صنعت جهانگردی چگونه مقایسه می‌شود؛ و میزان کار زنان بدون پرداخت در مشاغل گردشگری خانوادگی را چگونه محاسبه و تعریف کرد؟
- به طور کلی، زنان به خوبی در بخش‌های اشتغال رسمی گردشگری فعال هستند. با این حال، زنان به احتمال زیاد از مردان در یک کار رده دفتری کار می‌کنند کمتر هستند، و احتمال رسیدن آن‌ها به مشاغل سطح حرفه‌ای گردشگری از زنان بیشتر است، و بر این اساس، متوسط پرداختی آن‌ها به‌عنوان پولی که در نهایت با خود به خانه می‌برند از مردها کمتر است.



# ششمین کنفرانس بین المللی جغرافیادانان جهان اسلام



تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ آذر ۲۷

جدول ۱ نشان دهنده نقش مهم زنان در صنعت توریسم آمریکای لاتین و کارائب را رقمی بالای ۴۹٪ نشان می‌دهد. افریقا رقم بسیار پایینی را دارد در آسیا وضعیت اشتغال زنان در صنعت توریسم همگن نیست در عربستان سعودی تنها ۲٪ و در ایسلند بالای ۶۵٪ است. هرچند این مساله بسیار مهم است که این زنان به چه کارهایی در صنعت گردشگری مشغول بوده‌اند.

جدول (۱): تعداد کارکنان رستورانها و هتلهایی به تفکیک منطقه جغرافیایی

منطقه	میانگین منطقه
آمریکای لاتین	۵۸,۵٪
کارائب	۵۵,۴٪
آفریقا	۴۷٪
اقیانوسیه	۴۶,۸٪
اسیا	۳۵,۴٪
میانگین	۴۸,۶۲٪

منبع: ۲۰۱۱ سازمان جهانی کار

آمار جدول ۲ نشان از این دارد که بیشتر اشتغال در بخش کارهای خدماتی دفتری متمرکز شده است. این ارقام در منطقه متفاوت است تعداد بالایی از زنان مشغول به کار در بخش خدمات دفتری در آمریکای لاتین و کارائب. مشغول هستند با این حال، در این دسته بندی‌ها اطلاعات مربوط به مشاغل خاص زنان و مردان انجام می‌دهند وجود ندارد و اینکه آیا کارهایی که اینها مشغول هستند مطابق با چهارچوبهای جنسیتی آنها است یا نه. از نظر سطح حرفه‌ای، میانگین برای همه مشابه است البته مناطقی که داده برای آنها در دسترس است. در آمریکای لاتین تنها این پدیده به چشم می‌خورد که میزان افراد شاغل در سطح حرفه‌ای و مشاغل خدماتی تقریباً به هم نزدیکند. به طور کلی، اگرچه مشارکت زنان در این بخش زیاد نیست، ولی این طور به نظر می‌رسد که برخی از پتانسیلهایی وجود دارد که زنان برای رسیدن به مناصب مدیریتی در داخل صنعت جهانگردی می‌توانند جایگاههای بهتری را تصاحب کنند.

جدول (۲): وضعیت اشتغال زنان در صنعت گردشگری بر اساس جایگاه شغلی

منطقه	کارگر خدماتی	کارمند دفتری	(سطح حرفه‌ای) پست رده بالا
آسیا	۳۵,۶٪	۴۹,۴٪	۳۸,۹٪
آمریکای لاتین	65.5%	۶۲,۷٪	۳۶,۶٪
آفریقا	۳۴,۸٪	۵۶,۶٪	۳۴,۹٪
کارائب	۴۲,۹٪	۶۷,۳٪	موجود نیست
اقیانوسیه	موجود نیست	موجود نیست	موجود نیست
میانگین*	۴۴,۷٪	۵۹٪	۳۶,۸٪

\*برای داشتن میانگین در یک منطقه حداقل باید داده داده‌های ۱۰٪ از کشورها موجود باشد

منبع سازمان جهانی کار





## ششمین کنفرانس بین المللی جغرافیة ناه جهان اسلام



تهران- دانشگاه خوارزمی- ۱۳۹۹ آذر ۲۷

جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که آمریکای لاتین بیشترین نسبت را دارد زنان کارفرمای گردشگری بیش از دو برابر نسبت در بخش‌های دیگر در نیکاراگوئه و پاناما بیش از ۷۰ درصد کارفرمایان زن هستند در مقایسه با بیش از ۲۰٪ در سایر بخشها. این الگوی به میزان کمتری در همه مناطق که مورد مطالعه هستند دنبال می‌شود. داده‌ها آسیا متفاوت است در حالیکه در اندونزی، مالزی، فیلیپین و تایلند بیش از نیمی از مشاغل گردشگری توسط زنان انجام می‌شود ولی در پاکستان، ایران و مالدیو این میزان نزدیک به صفر است و این نشان می‌دهد که گردشگری دارای یک قدرت و پتانسیل برای ارتقاء مشاغل خود برای حضور بیشتر زنان است.

جدول (۳): میزان اشتغال زنان در بخش هتل و رستوران

منطقه	نسبت کلی اشتغال زنان	اشتغال در هتل و رستوران
آمریکای لاتین	۲۳,۲٪	۵۱,۳٪
کاراتب	۲۶,۴٪	۳۲,۸٪
آفریقا	۲۰,۸٪	۳۰,۵٪
اسیا	۱۷,۴٪	۲۹,۷٪
اقیانوسیه	موجود نیست	موجود نیست
میانگین	۲۱,۹۵٪	۳۶,۰۶

\*در این بخش داده‌های ۴۰ کشور از ۱۷۲ کشور موجود بود برای داشتن میانگین در یک منطقه حداقل باید داده داده‌های ۱۰٪ از کشورها موجود باشد  
منبع سازمان جهانی کار

#### 4- اهمیت آموزش در حضور زنان در صنعت گردشگری

داده‌های زیادی در مورد میزان سطح سواد زنان در صنعت توریسم و اشتغال آنها وجود ندارد. در میان مناطق بعضی از کشورها یک سطح بالایی از خدمات مربوط به تحصیل زنان دارند. از قبیل فیلیپین با ۸۲,۱٪ یا جزایر کایمان با ۸۰٪ و هندوراس با ۷۸٪ در حالیکه این رقم در قطر بشیار پایین است و نزدیک به ۹٪ می‌باشد.

جدول (۴): زنان تحصیل کرده در خدمات مختلف به تفکیک مناطق

منطقه	نسبت کلی اشتغال زنان	فعالین تحصیل کرده در همه خدمات
آمریکای لاتین	۵۹,۶٪	۵۳,۵٪
کاراتب	۶۶,۲٪	۵۰,۳٪
اسیا	۵۲,۲٪	۳۰,۵٪
آفریقا	۳۶,۸٪	۳۰,۸٪
اقیانوسیه	موجود نیست	موجود نیست
میانگین	۵۳,۷٪	۴۵,۳٪

\*داده‌های برای نشان دادن تحصیل کردگان بخش خدمات برای ۸۸ کشور از میان ۱۷۲ کشور موجود بودند و داده‌های مربوط آمریکای لاتین و آسیا از مناطق دیگر کامل تر بودند.

منبع UNESCO Institute for Statistics Database





# ششمین گنگره بین المللی جغرافیة نمان جهان اسلام

تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ آذر ۲۷



## نقش زنان در هدایت و رهبری صنعت گردشگری

جهانگردی فرصت‌های جهانی را برای رهبری زنان فراهم آورده است. بیشتر وزیران گردشگری را زنان زنان تشکیل می‌دهند. با این وجود، تنها یک پنجم هیئت گردشگری (NTA) را مدیر عاملان زن هستند که نشان از سهم کم زنان در سطوح بالای سازمانهای گردشگری است. در مارس ۲۰۱۰، ۲۱٪ درصد از کل وزیر گردشگری در جهان زنان بودند در مقایسه با ۱۷٪ مناصب وزرات به طور کلی. بالاترین نسبت وزرات گردشگری زنان در آفریقا بود، جایی که یک سوم از کل وزرات جهانگردی در آنجا زنان هستند. در کشورهای آفریقایی، پست وزیر گردشگری تقریباً دو برابر احتمال بیشتری دارد که توسط یک زن باشد نسبت به سایر پست‌های وزارتخانه‌ها است، فقط ۶٪ از وزرات جهانگردی در کارائیب و ۱۵٪ در آسیا زنان هستند. تجزیه و تحلیل تابلوهای گردشگری نصب شده می‌توان دریافت که بیش از ۲۰٪ هتل‌ها و رستورانها توسط زنان اداره می‌شوند. تنها منطقه کارائیب منطقه‌ای است با بیشترین مدیر عامل و هیئت مدیره جهانگردی (زنان) و با رقمی معادل ۳۵٪ در هفت کشور از ۲۳ کشور کارائیب، رئیس هیئت گردشگری یک زن است. انجمن‌های گردشگری کمی بیشتر علاقه به افزایش زنان در عرصه گردشگری هستند که داشته باشند تا جایکه ۲۳٪ از کرسی‌های مربوط به گردشگری مختص به زنان است.

## نقش اجتماعی زنان در صنعت گردشگری

گردشگری فرصت‌های رسمی و غیر رسمی را برای زنان فراهم می‌کند که می‌توانند تأثیر قابل توجهی در کاهش فقر به خصوص برای زنان در جوامع روستایی ایفا کند. نسبت زنان به‌عنوان کارگر رسمی در صنعت جهانگردی بسیار بیشتر از سایر بخشها است و در همه مناطق این و بر اساس گزارشات سازمان ملل نشان می‌دهد که زنان به میزان قابل توجهی کمک می‌کنند. آن‌ها نیروی کاری هستند بدون حقوق در میان همه مشاغل دنیا تنها در صنعت جهانگردی بیشتر عنوان "کارمندان خانواده" محسوب می‌شوند. گاهی در نحوه استفاده از زنان در صنعت گردشگری تا آسیب شدید زدن به آن‌ها پیش می‌رود. این دلیل محکمی و یکی از زمینه‌های مهم برای ارتقاء برابری جنسیتی در جهانگردی.

همانطور که جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که چگونه میزان فعالیت به‌عنوان زنان کارگر رسمی یا فعالیت خود اشتغالی زنان در صنعت جهانگردی جهان متفاوت است. بالاترین نسبت در آمریکای لاتین می‌باشد جایی که تضادهای بزرگی را می‌توان بین گردشگری و بخش‌های دیگر دید. به‌عنوان مثال در نیکاراگوئه زنان به طور کلی ۴۰٪ مشاغل رسمی را به خود اختصاص داده‌اند و ۹۲٪ در مشاغل در صنعت جهانگردی در بولیوی ارقام ۴۴٪ و به ترتیب ۹۵٪ به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در چندین کشور آفریقایی نسبت‌های بالای زنان خود اشتغالی و یا کارگران در صنعت گردشگری وجود دارد از جمله می‌توان اشاره داشت به: ۷۱٪ در بوتسوانا و ۶۵٪ در زیمبابوه ۶۵٪ کشور با پایین‌ترین سطح در سوریه با ۲٪ است.

جدول (۵): زنان به‌عنوان کارگران رسمی در هتل و رستورانها

منطقه	نسبت کلی اشتغال زنان	شاغلین بخش هتل و رستوران
آمریکای لاتین	۳۹٪	۷۳٪
کارائیب	۳۸٪	۴۸٪
آسیا	۲۹٪	۴۲٪
آفریقا	۲۷٪	۳۳
اقیانوسیه	موجود نیست	موجود نیست
میانگین	۳۳،۲۵٪	۴۹

\* داده‌های مربوط به اشتغال رسمی زنان تنها در ۳۹ کشور از ۱۷۲ کشور موجود بود.

منبع: سازمان جهانی کار



## ششمین گنجره بین المللی جغرافیة نمان جهان اسلام

تران- دانشگاه خوارزمی- ۱۳۹۹ آذر ۲۷



همانطور که در جدول ۶ نشان داده شده همچنین به نظر می‌رسد که زنان مشارکت می‌کنند مقدار زیادی کار بدون پرداخت در شرکتهای گردشگری خانوادگی است، این نسبت مشارکت کارگران خانواده که زن هستند در صنعت جهانگردی مشغول هستند بطور قابل توجهی بالاتر از سایر مناطق استثنای آسیا است. به‌عنوان مثال در کرائیب ۸۴٪ از مشارکت کنندگان کار خانواده را زنان ارائه می‌شود، در مقایسه با ۵۱٪ در بخش‌های دیگر. این ارقام برای تجزیه و تحلیل جنسیتی از صنعت گردشگری بسیار نگران کننده است.

در حالی که کار زنان در شرکتهای گردشگری خانوادگی بطور بسیار روشنی در جهت در توسعه اجتماعی نقش دارد. اگر این کار بدون مزد بماند این تحلیل رفتن بخشی از گردشگری مبتنی بر جامعه است اما بسیار کم توانمندسازی زنان نقش خواهد داشت.

جدول (۶): زنان به‌عنوان مشارکت کنندگان کارهای خانوادگی در بخش منابع انسانی با تفکیک منطقه

منطقه	نسبت کلی اشتغال زنان	شاغلین بخش هتل و رستوران
آمریکای لاتین	۳۹٪	۷۳٪
کرائب	۳۸٪	۴۸٪
اسیا	۲۹٪	۴۲٪
آفریقا	۲۷٪	۳۳
اقیانوسیه	موجود نیست	موجود نیست
میانگین	۳۳،۲۵٪	۴۹

\*بر اساس آمار ۳۴ کشور از ۱۷۲ کشور منتخب داده‌ها در آسیا بسیار کاملتر از دیگر مناطق جهان.

منبع: سازمان جهانی کار

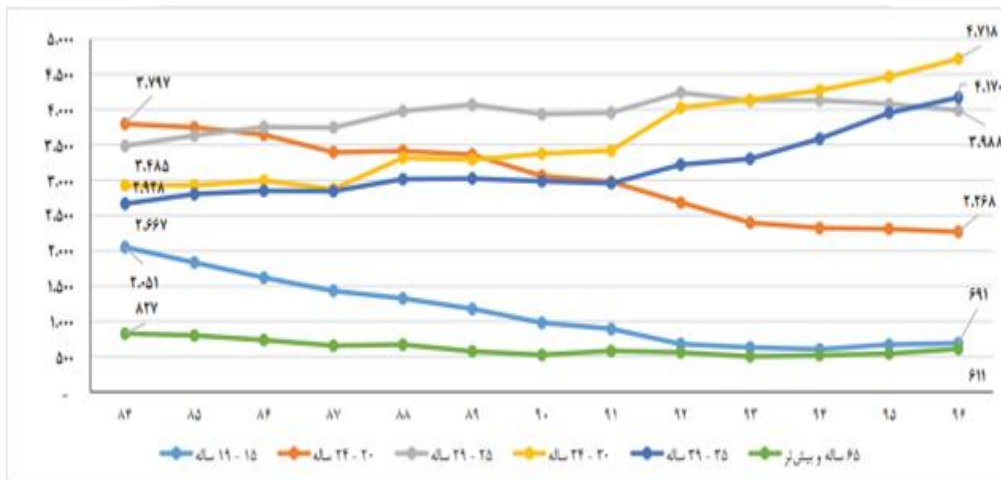
### وضعیت زنان در صنعت گردشگری در ایران

در ایران مساله مشارکت زنان در گردشگری را می‌توان در حوزه گردشگری شهری و گردشگری روستایی مرود بررسی قرار داد. در واقع زنان در روستا محور اصلی فرهنگی، (تربیت فرزندان)، تولیدات (دامی و غیر دامی)، نقش مدیریتی و تقسیم کار را دارند. از طرفی دیگر زنان شهری نیز باتوجه به نظام پیچیده شهرها هم نقش تربیتی فرزندان و هم گاهی در مقام نان آور خانوار ظاهر می‌شوند. با توجه به این حس بیگانگی فرد در جامعه شهری زنان در جامعه شهری شکننده‌تر بوده و بیشتر در معرض آسیبهای ناشی از عدم اشتغال قرار می‌گیرند.

امروز ایران بیش از هر زمانی باید به جایگاه گردشگری در اقتصاد و جامعه و همچنین جایگاه کنونی زنان به خصوص زنان نان آور خانواده یا سرپرست خانوار. در سالهای اخیر زنان در ایران تلاش بسیار زیادی در تثبیت نقش خود در جامعه و در صنعت گردشگری به طور به خصوص داشته‌اند. از آنجائی که زنان ایران به لحاظ دانش هم همپای مردان و در یک امتحان کنکور بارها درصد قبولی بالایی نسبت به زنان داشته‌اند. انجمن بانوان فعال در صنایع دستی و گردشگری ایران در دی ماه سال ۱۳۹۶ ثبت رسمی در وزارت کشور شده است. هدف اصلی تشکیل این انجمن، شناسایی مشکلات و موانع پیش روی بانوان سرمایه گذار در صنعت گردشگری و صنایع دستی، ارائه راهکارهای مناسب، بررسی و شناسایی روش‌های سرمایه گذاری در زمینه گردشگری و صنایع دستی، تدوین مدل‌های استراتژیک سرمایه گذاری و استانداردسازی این صنعت است. در ایران زنان

بخش جدایی ناپذیر صنعت گردشگری هستند چون با توجه به فرهنگ مهمان نوازی و نقش زنان در ارائه سرویسهای تهیه و پخت غذا و پذیرایی نقش بی مانندی دارند.

در سال ۲۰۱۸ به دلیل انتخاب تبریز به عنوان پایتخت گردشگری اسلامی زنان فعال در تبریز میزگردی تحت عنوان " نقش زنان در توسعه گردشگری با محوریت رویداد تبریز ۲۰۱۸" در این میزگرد زنان استان به عنوان تولید کنندگان اصلی صنایع دستی به عنوان یکی از جاذبه های جهانگردی خواستار فضای بهتر، بیشتر، و عادلانه تر برای زنان شدند (ایسنا ۱۳۹۶). با توجه به آمار اخیر منتشر شده از سوی WTTC ایران اگر چه در مقابل کشورهای G20 در پایین جدول جای دارد ولی با در نظر گرفتن روند در منطقه خاور میانه جایگاهی خوبی دارد و اگر تحریم های یکطرفه آمریکا اعمال نمی شد می توانست در رتبه های بسیار بهتری در میزان اشتغال کل زنان و میزان اشتغال زنان در بخش توریسم و مسافرت داشته باشد. شکل شماره ۱ نشان از رشد اشتغال در دهه گذشته در میان سنین ۲۹ تا ۳۵ سال را دارد که همزمان شاهد یک کاهش معنادار میان اشتغال سنین بالای ۳۵ سال هستیم عمدتاً می تواند شرایط تحصیلی و مهارتهای وابسته به حوزه نرم افزار و کامپیوتر برتری نسبی در افزایش اشتغال در سنین میان تا ۳۵ سال شده باشد.



شکل (۱): جمعیت فعال بر حسب گروههای سنی منتخب در سالهای ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۶ (به هزار نفر)

ماخذ: سازمان آمار ۱۳۹۷

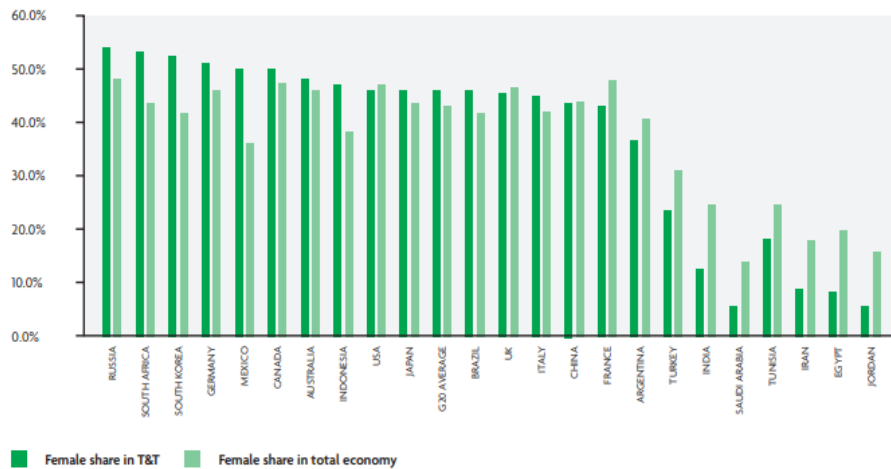
میزان اشتغال زنان نسبت به میزان اشتغال مردان در طی دهه سالهای ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۶ با یک رشد نسبتاً خوبی همراه بوده. هر چند که در سالهای ۱۳۸۵ میزان رشد اشتغال زنان با آهنگ بسیار ملایمی در حال رشد می شود و حتی با سیاستهای ۸ ساله دولت احمدی نژاد این روند رو به کاهش دارد. ولی در سالهای ۱۳۹۲ دوباره شاهد رشد میزان اشتغال زنان هستیم. از سوی دیگر میزان رشد اشتغال کل، شهری هم کاهش معنا داری در این مدت پیدا می کند و حتی روند اشتغال مردان نیز آهسته تر می شود ولی دارای یک رشد کمی می باشد. در نهایت و در طول این سالها روند رشد میزان اشتغال در مردان بسیار بیشتر از رند رشد اشتغال دیگر گروههای شغلی بوده است. بطور کلی اشتغال در نواحی روستایی با روند منفی در طی این ده سال روبه رو بوده ۱۵,۹۹٪ و بعد در میان زنان با رقمی ۵,۵۵٪ ولی در جوامع شهری ۲۲,۲٪ رشد شاهد هستیم و در میان مردان ۱۳,۱۶٪ و در نهایت ۱۳,۷۳٪ رشد اشتغال کل را شاهد هستیم.

جدول (۷): جمعیت شاغل به تفکیک جنس و مناطق شهری و روستایی در سالهای ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۶ (به هزار نفر)

۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	۱۳۸۴	
۲۳۳۷۹	۲۲۵۸۸	۲۱۹۷۲	۲۱۳۰۴	۲۱۳۴۶	۲۰۶۲۸	۲۰۵۱۰	۲۰۶۵۷	۲۱۰۰۱	۲۰۵۰۰	۲۱۰۹۲	۲۰۸۴۱	۲۰۱۶۹	کل
۱۹۱۸۳	۱۸۷۰۷	۱۸۵۱۱	۱۸۲۰۵	۱۸۲۰۱	۱۷۱۸۱	۱۷۳۷۲	۱۷۲۰۰	۱۷۳۳۴	۱۷۱۱۹	۱۷۲۳۰	۱۶۸۷۲	۱۶۶۵۷	مرد
۴۱۹۵	۳۸۸۱	۳۴۶۱	۳۰۹۹	۳۱۴۵	۳۴۴۷	۳۱۳۸	۳۴۵۷	۳۶۶۷	۳۳۸۱	۳۸۶۲	۳۹۷۰	۳۹۶۲	زن
۱۷۰۰۱	۱۶۲۱۹	۱۵۶۸۵	۱۵۱۲۹	۱۵۰۰۶	۱۴۳۰۳	۱۴۳۶۸	۱۴۲۹۱	۱۴۳۲۰	۱۳۷۳۴	۱۳۸۴۷	۱۳۵۲۷	۱۳۲۲۱	شهری
۶۳۷۸	۶۳۶۹	۶۲۸۵	۶۱۷۵	۶۳۴۰	۶۳۲۵	۶۱۴۲	۶۳۶۵	۶۶۸۱	۶۷۶۶	۶۷۶۶	۷۳۱۴	۷۳۹۸	روستای

ماخذ: سازمان آمار کل کشور ۱۳۹۷

میزان اشتغال زنان در گردشگری در جهان حال افزایش است. این میزان در کشورهای در حال توسعه به دلیل کارهای وابسته به قدرت بدنی، شرایط محیط کار، و همچنین به دلیل سیاستهای الویت مردان برای اشتغال بسیار متفاوت بوده است. در ایران بین سالهای ۱۹۷۰ (۱۵٪)، ۱۹۸۰ (۱۲٪) و در سال ۱۹۹۰ (۱۰٪) (بوده است. نرخ مشارکت زنان ایران در بخشهای مختلف در دهه ۶۰ به شدت کاهش یافت (علائق الدینی و رضوی ۱۳۸۳). این روند کاهش میزان اشتغال زنان در سال ۱۳۷۵ دوباره سیر صعودی خود را پیدا می کند و با یک در صد افزایش از دهه ۶۰ به ۹٪ می رسد. و در دهه بعدی و در سال ۱۳۸۵ به ۱۲٪ می رسد. این میزان در سرشماری ۱۳۹۵ به ۲۰٪ می رسد.



شکل (۲): وضعیت اشتغال زنان در کل اقتصاد و بخش گردشگری

منبع: WTTC, 2018

شکل ۲ نشان از بهبود شرایط اقتصاد زنان ایرانی در صنعت گردشگری دارد. بنا بر همین گزارش و بر اساس یک بررسی از سال ۲۰۰۷ تا سال ۲۰۱۷ نشان از این است که وضعیت اشتغال زنان در بخش گردشگری در کنار کشور ترکیه و اندونزی بسیار رو به بهبود است. در این گزارش سهم اشتغال زنان از کل اقتصاد ۲۰٪ و سهم اشتغال زنان در کل صنعت گردشگری را ۸٪/۲ نشان می دهد. که این خود به دلیل جایگاه رشته جغرافیا در گردشگری، نقش مهم اینترنت و شبکه های اجتماعی که باعث می شود زنان بدون محدودیت شغل خود را تبلیغ و توسعه بدهند، توانایی زنان در مکالمه زبانهای خارجی و ارتباط با دیگر نقاط جهان، افزایش آموزشگاههای که کار آموزش دهی و مدرک دهی را دارند و سهولت حضور و دسترسی زنان. همه اینها از عوامل تسریع کننده حضور زنان در جامعه گردشگری در سطوح مختلف محلی، ملی، و منطقه ای هستند



## ششمین کنفرانس بین المللی جغرافیادانان جهان اسلام



تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ آذر



شکل (۳): تغییر کلی در میزان اشتغال زنان در کل اقتصاد و صنعت گردشگری

منبع: WTTC, 2018

با توجه به گوناگونی و گستردگی جغرافیای کشور ایران هنوز پتانسیل این را دارد که فضای بیشتر و بهتری برای حضور زنان در صنعت گردشگری باز کند.

در جدول (۷) میزان اشتغال کل در سنین ۱۵ تا ۶۵ سال است که در آن به تفکیک میزان اشتغال مردان و زنان در همین رده سنی در بخش گردشگری را نیز نشان می دهد این داده ها توسط انجمن بین المللی مسافرت و جهانگردی صورت گرفته است. هرچند که سهم زنان ایران هنوز نسبت به دیگر کشورها فراهم نیست ولی در آمار سال ۲۰۱۷ منتشر شده از سوی انجمن گردشگری و مسافرت با یک رشد چشمگیری شاهد هستیم و زنان ایران با رقم ۸,۲٪ شاغل در بخش جهانگردی از رقم منفی یک ٪ از کل سهم زنان از کل اقتصاد و ۴٪ افزایش زنان از کل اشتغال صنعت گردشگری را همراه بوده است. و این مسئله باعث گردیده که انجمن گردشگری و مسافرت جهان توجه ویژه ای به بهبود شرایط اشتغال زنان در بخش گردشگری نماید.

جدول (۷): شاخصه های اصلی بازار کار در کشورهای اصلی

کشور	درصد کل نیروی شاغل (۱۵-)	درصد کارگر مرد شاغل (۱۵-۶۴)	درصد کارگر زن شاغل (۱۵-)
آرژانتین	۶۷,۷	۸۰,۱	۵۵,۳
استرالیا	۷۷,۲	۸۲,۵	۷۲,۰
برزیل	۶۹,۹	۸۰,۴	۵۹,۷
کانادا	۷۸,۳	۸۱,۸	۷۴,۸
چین	۷۵,۹	۸۲,۸	۶۸,۶
کلمبیا	۷۵,۲	۸۶,۶	۶۴,۲
مصر	۵۱,۴	۷۷,۸	۲۴,۲
فرانسه	۷۱,۷	۷۵,۵	۶۷,۸
آلمان	۷۸,۲	۸۲,۴	۷۴,۰
هند	۵۶,۱	۸۱,۸	۲۸,۵
اندونزی	۶۸,۴	۸۳,۶	۵۲,۹



## ششمین کنفرانس بین المللی جغرافیةدانان جهان اسلام



تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ آذر

ایران	۴۶,۴	۷۵,۱	۱۷,۷
ایتالیا	۶۴,۷	۷۴,۴	۵۵,۰
جامائیکا	۷۳,۲	۸۲,۶	۶۴,۰
ژاپن	۷۷,۳	۸۵,۵	۶۸,۷
اردن	۴۱,۳	۶۶,۹	۱۵,۰
مالزی	۶۸,۵	۸۱,۰	۵۵,۰
مکزیک	۶۵,۰	۸۲,۵	۴۷,۶
هلند	۷۹,۹	۸۴,۳	۷۵,۵
پرو	۷۹,۹	۸۷,۱	۷۲,۷
فیلیپین	۶۴,۴	۷۷,۰	۵۱,۷
روسیه	۷۴,۳	۷۹,۹	۶۹,۰
عربستان سعودی	۵۸,۳	۸۱,۹	۲۳,۵
سنگاپور	۷۶,۱	۸۳,۵	۶۸,۹
آفریقای جنوبی	۵۸,۸	۶۵,۳	۵۲,۴
کره جنوبی	۶۸,۸	۷۸,۳	۵۸,۸
اسپانیا	۷۴,۱	۷۸,۹	۶۹,۲
تایلند	۷۵,۵	۸۳,۳	۶۸,۰
تونس	۵۱,۵	۷۶,۶	۲۷,۱
ترکیه	۵۶,۵	۷۷,۳	۳۶,۱
امارات متحده	۸۰,۰	۹۲,۵	۴۱,۳
انگلستان	۷۷,۴	۸۲,۴	۷۲,۴
امریکا	۷۱,۸	۷۷,۴	۶۶,۱
ویتنام	۸۳,۳	۸۷,۲	۷۹,۴
جهان	۶۷,۴	۸۰,۰	۵۳,۷

منبع: WTTC, 2018

هر چند آمار نشان دهنده بهبودی شرایط وضعیت اشتغال زنان در ایران است و هنوز میزان بیکاری زنان نسبت به مردان در ایران دو برابر است. یعنی خارج از بخش توریسم هم این نا برابری دیده می شود. با توجه به موفقیت های روز افزون زنان نسبت به مردان هنوز جایگاه شغلی آن ها در بخش های مختلف به خصوص بخش توریسم در هاله ای از ابهام است. ظرفیت های موجود در گردشگری می تواند در توانمندسازی زنان بسیار مؤثر باشد. با توجه به خصوص بر زنان سرپرست خانوار گردشگری می تواند در بقا و سلامت خانواده و جامعه نقش بسیار مهمی را بازی کند. بطور کلی در ایران مسئله اشتغال زنان بطور کلی و مساله اشتغال زنان در بخش گردشگری بیشتر به سیاست های کلی دستگاه حاکم باز می گردد تا به محدودیت های فرهنگی و قومیتی. صنعت گردشگری و بخش اشتغالی آن در حال حاضر نه تنها برای زنان که با توجه به محدودیت های جهانی و اعمال سیاست های مالی دولت ترامپ در دوران بسیار رکود است.

### نتیجه گیری

بر اساس تجزیه و تحلیل داده های منتشر شده توسط سازمان های بین المللی همچون بانک جهانی، سازمان ملل، و سازمان جهانی گردشگری زنان در عرصه اقتصادی حضور کمتری دارند ولی صنعت گردشگری این فضا را برای آن ها ایجاد کرده است



## ششمين گنډه بين المللي جغرافيدانان جهان اسلام

تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ آذر ۲۷



که هم خود ایشان رغبت به حضور در صنعت گردشگری را داشته باشند و هم صنعت گردشگری نیاز مبرمی به آنها داشته باشد. همچنین آمارها نشان از آن دارد که زنان در صنعت گردشگری در دهه گذشته حضوری فعال تر داشته‌اند. بنا براین صنعت گردشگری به‌عنوان بخشی اشتغال‌زا می‌تواند در ایجاد یک درآمد پایدار برای زنان به جهت توانمند ساختن آنها بسیار مورد توجه قرار بگیرد. این مهم مستلزم تمرکز مسئولین و دست‌اندرکاران در امور سطوح مختلف تصمیم‌گیری است. "این مهم دست نیافتنی است مگر با اعمال سیاستهای حمایتگرانه که از حضور زنان کار آفرین در عرصه گردشگری هستند حمایت از سیاستهای ایجاد فرصتهای شغلی برای زنان در عرصه صنعت گردشگری.

آنچه مسلم است میان شرایط قومی، ملیتی، باورهای مذهبی به خصوص مذهب اسلام و حضور زنان در عرصه صنعت جهانگردی یک رابطه بسیار قوی وجود دارد. مثلاً در کشورهای عربی همچون عربستان سعودی و سوریه شاهد مشارکت پایین زنان در عرصه‌های صنعت توریسم هستیم. آن دسته از زنان شاغل در این بخش بیشتر در جهانگردی مذهبی مشغولند. ولی در امریکای جنوبی (برزیل) و شرق آسیا (تایلند و مالزی) که زنان حضوری فعال در عرصه اجتماعی دارند اینگونه نیست و زنان توانسته‌اند بیشترین سهم را در صنعت گردشگری داشته باشند.

مقوله گردشگری در ایران یک مبحث در هم تنیده فرهنگی و اقتصادی است و توسعه آن بدون حضور زنان ناممکن است. هنوز میزان زنان شاغل در بخش گردشگری ۱۷/۷٪ و برای مردان ۷۵/۵٪ و درصد کل اشتغال در صنعت گردشگری ۴۶/۴٪ می‌باشد. در ایران با توجه به محدودیتهای موجود در عرصه بین‌المللی و تنش‌های میان ایران و کشورهای دیگر این صنعت نتوانسته در طی سالهای اخیر آنطور که باید و شاید رشد کند. در همین حال ناپایداری در عرصه سیاستهای ملی و بین‌المللی فرصت‌ها را برای دیگر کشورهای همجوار فراهم آورده است. از طرفی زنان به دلیل محدودیتهای موجود عمدتاً به‌عنوان راهنمای تورها، مترجم، آشپز، دیگر خدمات ظاهر شدند. ولی با همه این محدودیتهای نشان از حضور زنان در این بخش برای درآمدزایی بسیار مهم است. هرچند حمایتها و سرمایه‌گذاریهای دولتی در این بخش بسیار کم است ولی بخش خصوصی که عمدتاً با حضور پررنگ زنان همراه است در حال یافتن جایگاه بسیار چشمگیری برای زنان است. زنان بخش عمده در گردشگری ایران هستند به خصوص در گردشگری روستایی نقش بسیار مهمی در صنایع دستی و تولیدات دامی مختلف دارند.

### منابع و ماخذ

1. Alcoff, Linda (1994). Cultural feminism versus post-structuralism: The identity crisis in feminist theory. In Nicholas B. Dirks, Geoff Eley, & Sherry B. Ortner (Eds.), Culture/power/history: A reader in contemporary social theory. Princeton: Princeton University Press.
2. Becker, Heike (2006). 'New things after independence': Gender and traditional authorities in postcolonial Namibia. Journal of Southern African Studies, 32(1), 29-48.
3. Becker, Heike (2007). Making tradition: A historical perspective on gender in Namibia. In Suzanne LaFont, & Dianne Hubbard (Eds.), Unravelling taboos: Gender and sexuality in Namibia (pp. 22-38). Windhoek: Gender Research and Advocacy Project; Legal Assistance Centre.
4. Bourdieu, Pierre (1994). Structures, habitus, power: Basis for a theory of symbolic power. In Nicholas B. Dirks, Geoff Eley, & Sherry B. Ortner (Eds.), Culture/power/history: A reader in contemporary social theory (pp. 155-199). Princeton: Princeton University Press.





ششمين گنډه بين المللي جغرافيدانان جهان اسلام



تيران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۹ آذر

5. Charmes, Jacques, & Wieringa, Saskia (2003). Measuring women's empowerment: An assessment of the gender-related development index and the gender empowerment
6. Fernando, Weerahannadige D. A., & Cohen, Laurie (2014). Respectable femininity and career agency: Exploring paradoxical imperatives. *Gender, Work and Organization*, 21(2), 149–164.
7. Foucault, Michel (1977a). *Discipline and punish: The birth of prison*. London: Allen Lane.
8. Foucault, Michel (1977b). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings*.
9. Fox, Greer L. (1977). “Nice girl”: Social control of women through a valueconstruct. *Signs*, 2(4), 805–817.
10. Freire, Paulo (2009). *Pedagogy of the oppressed (30th Anniversary ed.)*. New York: The Continuum International Publishing Group Inc.
11. Gender Responsible Tourism, [www.g-r-t.org](http://www.g-r-t.org)
12. Giles, Judy (1992). ‘Playing hard to get’: working-class women, sexuality and respectability in Britain, 1918–40. *Women's History Review*, 1(2), 239–255.
13. *Global Report on Women in Tourism 2010*, UNWTO & UN Women, 2011
14. Guérin, Isabelle, Kumar, Santhosh, & Agier, Isabelle (2013). Women's empowerment: Power to act or power over other women? Lessons from Indian microfinance. *Oxford Development Studies*, 41(Suppl. 1), S76–S94.
15. Hall, Stuart (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications Ltd.
16. Hilton Hotels, [www.hiltonworldwide.com/corporate-responsibility](http://www.hiltonworldwide.com/corporate-responsibility)
17. Hodgson, Dorothy L. (2000). Introduction: Gender, culture & the myth of the patriarchal pastoralist. In Dorothy L. Hodgson (Ed.), *Rethinking pastoralism in Africa: Gender, culture & the myth of the patriarchal pastoralist* (pp. 1–28). Athens, Ohio: Ohio University Press.
18. Hubbard, Dianne (2007). Gender and sexuality: The law reform landscape. In Suzanne LaFont, & Dianne Hubbard (Eds.), *Unravelling taboos: Gender and sexuality in Namibia* (pp. 99–129). Windhoek: Gender Research and Advocacy Project; Legal Assistance Centre.
19. Hungwe, Chipso (2006). Putting them in their place: “respectable” and “unrespectable” women in Zimbabwean gender struggles. *Feminist Africa*, 6, 33–47
20. *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*, International Labour Office (ILO) / Bureau for Gender Equality (2013), [www.ilo.org/wcmsp5/.../wcms\\_209867.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/.../wcms_209867.pdf) [www.ilo.org/gender/Informationresources/WCMS\\_209867/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/gender/Informationresources/WCMS_209867/lang--en/index.htm)
21. Jefremovas, Villia (1991). Loose women, virtuous wives, and timid virgins: Gender and the control of resources in Rwanda. *Canadian Journal of African Studies*, 25(3), 378–395.
22. Johnson-Hanks, Jennifer (2006). *Uncertain honor: Modern motherhood in an African crisis*. Chicago: The University of Chicago Press, Ltd.
23. Kabeer, Naila (1997). Women, wages and intra-household power relations in Urban Bangladesh. *Development and Change*, 28, 261–302.
24. Kabeer, Naila (2012). Empowerment, citizenship and gender justice: A contribution to locally grounded theories of change in women's lives. *Ethics and Social Welfare*, 6(3), 216–232.
25. Kabeer, Naila, Khan, Ayesha, & Adlparvar, Naysan (2011). Afghan values or women's rights? Gendered narratives about continuity and change in urban Afghanistan. *IDS Working Paper*, vol. 2011. Institute of Development Studies (IDS).
26. McPherson, Bernice (1994). A colonial feminine ideal: Femininity and representation. *Journal of Australian Studies*, 18, 5–17.
27. Millennium Development Goals (MDGs), [www.undp.org/mdg](http://www.undp.org/mdg)



## ششمین کنفرانس بین المللی جغرافیادانان جهان اسلام



تهران - دانشگاه خوارزمی - ۱۳۹۶ آذر ۱۳۹۹

28. Mungwini, Pascah (2008). Shona womanhood: Rethinking social identities in the face of HIV and AIDS in Zimbabwe. *The Journal of Pan African Studies*, 2(4), 203–214.
  29. Rabinow, Paul (1984). *The Foucault reader*. New York: Pantheon Books.
  30. Sharp, Joanne, Briggs, John, Yacoub, Hoda, & Hamed, Nabila (2003). Doing gender and development: Understanding empowerment and local gender relations. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 28, 281–295.
  31. *Travel & Tourism Economic Impact 2013*, World Travel Tourism Council (WTTC)
  32. *Women's Employment Principles (WEPs)*, UN Global Compact & UN Women, <http://wepinciples.org>
  33. [www2.unwto.org/en/publication/global-report-women-tourism-2010](http://www2.unwto.org/en/publication/global-report-women-tourism-2010)
  34. Lwoga, M. 2011. <https://www.vergemagazine.com/travel-intelligence/beyond-the-guidebook/595-village-people-cultural-tourism-in-tanzania.html>
  35. Drucza, Kristie. "The politics behind social protection in Nepal." *Asian Journal of Comparative Politics* 3.4 (2018): 311-335.
  36. <https://www.unwomen.org>
۳۷. علاءالدینی پویا و محمدرضا رضوی (۱۳۸۳) وضعیت مشارکت و اشتغال زنان در ایران نویسنده: رفاه اجتماعی بهار شماره ۱۲.
۳۸. مرکز آمار ایران <https://www.amar.org.ir/>
۳۹. مرکز آمار ایران (۱۳۹۶) آمارنامه بررسی شاخصهای عمده بازار کار در سالهای ۱۳۹۶-۱۳۸۴. تهران.
۴۰. موحد علی (۱۳۹۶) مقدمه‌ای بر گردشگری شهری، انتشارات پرهام، تهران