

## بررسی پتانسیل کارآفرینی گردشگری فرهنگی در جامعه عشایر قشقای ایران سیدسعید میرواحدی<sup>۱</sup> و الهام اسفندیاری بیات<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۹/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰

### چکیده

کوچ‌نشینی کهن‌ترین شیوه زیست بشر است که پابرجا بودن آن تا عصر حاضر از بزرگ‌ترین جاذبه‌های این شیوه معیشت است. دیدنی‌های زندگی کوچ‌نشینی می‌تواند جذابیت‌های بسیاری برای گردشگران داخلی و خارجی داشته باشد و به صنعت گردشگری کشور کمک کند. اما امروزه تغییر نگرش در زندگی کوچ‌نشینی و عشایری، نبود فرصت‌های اقتصادی، مشکلات فرهنگی و زیست‌محیطی، شکست پیوندهای اجتماعی و مشکلات این نوع زندگی از یک طرف و رشد و توسعه کشور از سوی دیگر هر روز عرصه را بر کوچ‌نشینان تنگ‌تر و آنان را برای ادامه این شیوه زیستی دل‌زده می‌کند. پژوهش حاضر با هدف بررسی پتانسیل‌های کارآفرینی گردشگری قومی انجام شده است تا با شناسایی این پتانسیل‌ها، زمینه‌ای برای بهره‌گیری از آن‌ها در کارآفرینی و اشتغال‌زایی، درآمدزایی و درنهایت فرصتی برای احیای آداب‌ورسوم و بهبود وضعیت معیشت مردم عشایر قشقای از طریق گردشگری قومی فراهم شود. این پژوهش به روش کیفی و با استفاده از ابزارهای مصاحبه و مشاهده انجام شده است. مصاحبه با یازده نفر از کارآفرینان گردشگری عشایری به روش گلوله‌برفی انجام پذیرفت. مشاهده نیز از دو تیره عشایری گردشگری پذیر به صورت مشارکتی به عمل آمد. درنهایت نتایج تحلیل‌ها نشان داد که تمام اجزای زندگی عشایری پتانسیلی برای کارآفرینی گردشگری است. براساس نتایج مصاحبه‌ها، گردشگری عشایری موجب اشتغال‌زایی، احیای پوشاک، مهارت‌های تولید سنتی و صنایع دستی می‌شود. اما مشاهدات نشان داد که گردشگری عشایری، برخلاف انتظار، موجب اشتغال‌زایی و کسب درآمد نشده و بر احیای پوشاک، صنایع دستی و تولیدات بومی تأثیر چندانی نداشته است.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی گردشگری، گردشگری فرهنگی، گردشگری عشایری

### مقدمه

سفر و گردشگری یکی از اموری است که در طول شش دهه گذشته به‌طور مداوم گسترش و تنوع یافته است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۴). در واقع گردشگری یکی از ارکان اساسی

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه کارآفرینی دانشگاه علامه طباطبایی تهران (ایمیل: mirvahedi@atu.ac.ir)

۲. کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان

فرایند توسعه در کشورهای در حال توسعه است (Diaz, 2001) و به نظر می‌رسد یکی از گزینه‌های توسعه مطلوب برای اغلب کشورها، نوعی از گردشگری به نام گردشگری فرهنگی باشد (Richards and Wilson, 2007). گردشگری فرهنگی را می‌توان به زیربخش‌ها و گونه‌های مختلفی تقسیم کرد که یکی از این زیربخش‌ها گردشگری قومی است (شریفی تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۲). اسمیت<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) گردشگری قومی را بازاریابی آداب و رسوم متنوع و جالب بومیان و مردمانی با فرهنگ متفاوت برای مصرف توریستی تعریف کرده است. یکی از مهم‌ترین مزایای گردشگری قومی این است که تقریباً در هر بخشی از جهان می‌توان آن را تجربه کرد و فرصتی عالی برای محافظت از فرهنگ و میراث ارائه می‌دهد (Csapó, 2012).

ایران یکی از کشورهایی است که با سابقه‌ای دیرین و کهن، با قومیت‌های مختلف و اقلیم‌های متفاوت دارای بستر مناسبی برای برنامه‌ریزی گردشگری قومی است (کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹). از آنجاکه زندگی عشایری یکی از اولین شکل‌های زندگی بشری است که مردمان آن به صورت قومی و ایلی زندگی می‌کنند (طلایی و عبدیان، ۱۳۹۲)، می‌تواند محمل بسیار مناسبی، برای گردشگری عشایری که شکلی از گردشگری قومی است، باشد (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۱). گردشگری عشایری نوعی گردشگری است که در محیط‌های وابسته به قلمرو کوچندگی عشایر انجام می‌شود و بازدید از جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط با زندگی عشایری و جاذبه‌های طبیعی موجود در منطقه بیلاقی - قشلاقی عشایر مدنظر گردشگر است (لطفی، یوسفی باصری و موسوی، ۱۳۹۰). گردشگری عشایری بر قدرت اقتصادی عشایر می‌افزاید (قدیری معصوم، استعلاجی و پاک‌زی، ۱۳۸۹).

باتوجه به نقشی که عشایر در زندگی اقتصادی کشور دارند، مانند تولید بیش از ۲۰ درصد از فراورده‌های دامی و لبنی، تولید ۵ درصد از محصولات کشاورزی و ۳۵ درصد از صنایع دستی (سازمان امور عشایر ایران، ۱۳۹۴)، هرگونه تغییر و تحولی در اقتصاد این قشر انعکاس‌های مستقیمی بر زندگی اقتصادی جوامع یکجانشین اعم از روستایی و شهری به دنبال خواهد داشت (مشیری و مولایی هشتجین، ۱۳۸۳). به همین دلیل برای رسیدن به توسعه همه‌جانبه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور لازم است سرنوشت اقتصادی این قشر بررسی و شناسایی شود (مشیری و مولایی هشتجین، ۱۳۸۳). امروزه اشتغال و بیکاری از مسائل مهم در ادبیات توسعه اقتصادی همه کشورهاست؛ زیرا اشتغال منبع عمده درآمد مردم و عامل اصلی تعدیل فقر در جامعه است (میرزایی، ۱۳۸۸). سرشماری سال ۱۳۸۷ نشان داد حدود پنج درصد از جمعیت فعال عشایری کشور بیکار و جویای کار هستند (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۷). صنعت گردشگری می‌تواند موجب بهبود زندگی اقتصادی افراد قومی - محلی شود (Wu, 2000). این صنعت می‌تواند موجب کاهش یا توقف مهاجرت افراد محلی به شهرها شود و فرصت‌هایی جدید برای اشتغال ایجاد کند؛ همچنین، گردشگری می‌تواند باعث توانمندسازی و احیای فرهنگ‌های مردمی و فرهنگ‌های

<sup>1</sup>Smith

۲. آمار مربوط به عشایر هر ده سال یکبار انجام می‌گیرد که آخرین آمارگیری سال ۱۳۸۷ انجام گرفته است

از بین رفته و جدانشده شود (Harris, Vogel and Bestle, 2006). این موضوع نشان دهنده اهمیت این صنعت در اقتصاد جهانی و ملی و ضرورت برنامه ریزی در این امر است (کریمی و محبوب فر، ۱۳۹۰). بنابراین گردشگری، در جایگاه یکی از بخش های اقتصادی، به فعالیت های کارآفرینانه زیادی نیاز دارد (تقوایی زاده و شایان، ۱۳۹۲).

کارآفرینان به طور فزاینده نقش مهمی در توسعه گردشگری بازی می کنند (Yang and Wall, 2008). کارآفرینان گردشگری موجب نمایاندن جامعه محلی به گردشگران و آشنا کردن آن ها با ارزش های منطقه می شوند (Morrison, 2006). کارآفرینی گردشگری موجب اشتغال زایی و در نهایت کاهش بیکاری و ناهنجاری های اجتماعی می شود (کریمی و محبوب فر، ۱۳۹۰). علی رغم اینکه کارآفرینی در توسعه صنعت گردشگری در سطح جهانی، داخلی و منطقه ای بسیار مهم است، مطالعات علمی محدودی در زمینه کارآفرینی گردشگری به خصوص کارآفرینی گردشگری قومی انجام شده است (Yang and Wall, 2008). به همین دلیل، هدف پژوهش حاضر شناسایی پتانسیل های کارآفرینی گردشگری در جامعه عشایر قشقای ایران است تا ضمن شناسایی این پتانسیل ها، تأثیر کارآفرینی گردشگری عشایری بر ایجاد فرصت های شغلی نیز بررسی شود. باتوجه به چالش هایی که جوامع عشایری با آن مواجه هستند، همانند نبود فرصت های اقتصادی، مشکلات فرهنگی، زیست محیطی، شکست پیوندهای اجتماعی، فروپاشی نظام ایلی، مهاجرت، سرریز نیروهای بیکار به حاشیه شهرها، پیدایش کمربند فقر در پیرامون شهرهای بزرگ، به نظر می رسد ترویج کارآفرینی گردشگری عشایری و توسعه گردشگری عشایری راهکاری برای رفع بسیاری از این مسائل به جوامع عشایری ارائه دهد. با ترویج کارآفرینی و توسعه گردشگری عشایری ممکن است شرایطی فراهم گردد که وضعیت زندگی مردم عشایر بهبود یابد و ضمن حفظ فرهنگ اصیل و صنایع دستی نفیس شان دیگر نیازی نباشد برای امرار معاش و یافتن شغل به شهرها مهاجرت کنند که از یک سو موجب افزایش جمعیت شهرها شوند و از دیگر سو، به دلیل اختلاف فرهنگی، مشکلات فراوانی هم برای مردم شهر و هم برای مهاجران ایجاد شود.

### مبانی نظری

گردشگری عبارت است از مجموع پدیده ها و روابط ناشی از تعامل گردشگران، تأمین کنندگان کسب و کار، دولت ها و جوامع میزبان در فرایند جذب گردشگران و میزبانی از آن ها و دیگر بازدیدکنندگان (دانشپور و نوذری، ۱۳۹۳). توسعه صنعت گردشگری موجب گسترش و تنوع گردشگری شده است (Yamamoto, 2005). امروزه، باتوجه به انگیزه های متفاوت گردشگران و عرضه و تقاضای گردشگری، بازارهای خاص گردشگری ظهور کرده اند که یکی از آن ها گردشگری فرهنگی است. گردشگری فرهنگی در سال های اخیر به طور مداوم تنوع و گسترش یافته و به بخشی محبوب و جذاب تبدیل شده است (Rahman, 2012).

گردشگری فرهنگی زیرمجموعه‌ای از گردشگری در ارتباط با فرهنگ و هنر یک کشور یا منطقه است (Barman, Singh and Rao, 2010). از نظر چاپو (۲۰۱۲)، گردشگری فرهنگی یک محصول گردشگری است که در آن انگیزه گردشگران آشنایی با فرهنگ جدید، شرکت در حوادث فرهنگی، بازدید از جاذبه‌های فرهنگی است. گردشگری فرهنگی می‌تواند شامل تجربه‌های فرهنگی متنوع گردشگر همچون بازدید از هنرهای نمایشی، جشنواره‌ها، بناهای تاریخی، موزه‌ها، میراث طبیعی، آیین‌های مذهبی و شرکت در سفرهای آموزشی باشد (Raj, 2003). هنگامی که گردشگر به یادگیری و یا شناخت فرهنگ مردم بومی (از طریق ارتباط مستقیم و یا از طریق شواهد زندگی آن‌ها) در محیط طبیعی زندگی آن‌ها اقدام می‌کند، نوعی از گردشگری فرهنگی به فعلیت رسیده است که به آن گردشگری قومی اطلاق می‌شود (Yang, Wall and Smith, 2008).

گردشگری قومی دیدن مردم بومی یا اقلیت‌های قومی در محیط زیست طبیعی خود، که ممکن است منطقه‌ای مثل پارک ملی، جنگل، بیابان و یا منطقه کوهستانی باشد، تعریف شده است (Smith, 2009). در واقع گردشگری قومی مشاهده سبک زندگی افراد بومی با هدف شناخت اقوام مختلف و شرکت در تجربه‌های آنان است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲).

بسیاری از کشورها از مزیت تنوع فرهنگی و قومی خود بهره برده و از ابزار گردشگری قومی جهت توسعه همه‌جانبه کشورشان استفاده کرده‌اند (حسینی، احمدی و خداداد حسینی، ۱۳۸۹). گاه گردشگران با هدف مطالعه و بررسی ویژگی‌ها، آداب و سنن و روش زندگی یک قوم خاص به مناطق اسکان آن‌ها سفر می‌کنند، گاه نیز چنین اقوامی ممکن است نوماد یا چادرنشین و کوچ‌رو باشند، در این موارد گردشگران همراه عشایر یا قبایل کوچک سفر می‌کنند و با آن‌ها در طول سفر زندگی می‌کنند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۹۰).

گردشگری عشایری، هرگونه سفر یا گردش در پهنه جغرافیایی قلمرو زیستی جامعه عشایری، به‌منظور بهره‌گیری گردشگر از جاذبه‌های طبیعی و آشنایی با خصایص فرهنگی این قشر، تعریف شده است (غلام‌رضایی، زینعلی، ناصری و نورائی، ۱۳۹۱). غلام‌رضایی و همکاران (۱۳۹۱) بیان کردند که گردشگری عشایری تلفیقی از اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی است و در واقع از هر دوی این مفاهیم بهره می‌گیرد.

گردشگری قومی و عشایری یک بخش جدید اشتغال‌زا برای جامعه بومی ایجاد می‌کند همچنین زنان با تولید و فروش کالاهای هنری دستی، در سطح خانگی، شاغل و در نتیجه توانمند می‌شوند که این موضوع موجب پویایی جنسیتی در گروه‌های اقلیت قومی درگیر در گردشگری می‌شود (Ishii, 2012). بنابر نظر عثمان و همکاران (۲۰۱۱) گردشگری قومی و عشایری موجب ایجاد فرصت‌های شغلی و کسب درآمد اضافی برای مردم محلی، از طریق فروش محصولات و یا ارائه خدمات، به‌طور مستقیم به گردشگران، می‌شود. همچنین، از آنجا که گردشگران در جستجوی

۱ Csapó

۲ Othman et al

تجربه‌های فرهنگی شگفت‌انگیز و منحصر به فرد مردم بومی هستند، اغلب پول خوبی برای این تجربه‌ها می‌پردازند. بدین ترتیب فرصت‌های بالقوه‌ای برای کارآفرینی محلی و توانمندسازی فردی ایجاد می‌شود (واندا جورج، مایر و جی. رید، ۱۳۹۱).

ترویج کارآفرینی در گردشگری باعث کاهش بیکاری در این بخش اقتصادی و افزایش بهره‌وری افراد، منابع و بالطبع افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود (نجفی توه خشکه و آزادی، ۱۳۹۱). اگرچه نباید تصور شود که کارآفرینی در گردشگری تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای این بخش است، قطعاً می‌توان گفت که بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است (نجفی توه خشکه و آزادی، ۱۳۹۱).

کارآفرینی گردشگری، بسیاری از فعالیت‌های تجاری شرکت‌هایی که در سطح اقتصاد خرد و کلان فعال هستند را دربرمی‌گیرد؛ شرکت‌هایی که خدمات گردشگری فراوانی را مانند: هتل، حمل‌ونقل، خدمات مواد غذایی، مهمان‌خانه، آژانس‌های مسافرتی، خدمات توراپراتورها، اوقات فراغت، سرگرمی، باشگاه سلامتی و تناسب‌اندام، تولید و تجارت آثار هنری و صنایع دستی، گردشگری ورزشی، باغ‌موزه محلی و... ارائه می‌دهند (Rusu, Csorba, Cureteanu and Isac, 2012). کارآفرینان گردشگری برقرارکننده تعادل هستند؛ یعنی از یک طرف تماس مستقیم و نزدیک با جوامع محلی و آداب و سنن در منطقه گردشگری برقرار می‌کنند و از طرف دیگر ممکن است منابع محلی با کیفیت بالا را به کالا و خدمات گردشگری تبدیل کنند (Rusu et al., 2012).

### سوالات تحقیق

ایران، با وجود چهارمیلیون نفر جمعیت قومی و ایلی و عشیره‌ای، از ظرفیت تنوع فرهنگی و قومی برای جذب گردشگر به خوبی بهره نبرده است (عامریان و شیوا، ۱۳۹۱). ایران یکی از ده کشور اول جهان از نظر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و مردم‌شناسی است و این منابع عظیم و امکانات بالقوه فراوان، زمینه مناسبی را برای برنامه‌ریزی جهت توسعه گردشگری در مناطق مختلف کشور فراهم آورده است (رحیمی، ۱۳۸۳). در این بین قلمروهای کوچ و استقرار عشایر ایران، از نظر جاذبه‌های مختلف به ویژه وضعیت متنوع طبیعی و فرهنگی، دارای شرایط بسیار مناسبی برای توسعه گردشگری در کشور است (رحیمی، ۱۳۸۳).

در ایران عشایر و طایفه‌های گوناگونی زندگی می‌کنند که هر یک دارای آداب و رسوم و فرهنگ خاص خود هستند (افشار سیستانی، ۱۳۸۳). این اقوام دارای جشن‌ها و آیین‌های ملی و مذهبی، ورزش‌های محلی، موسیقی و... ویژه خود هستند که می‌تواند دوست‌داران فرهنگ ملل را به سوی خود بکشاند (افشار سیستانی، ۱۳۸۳). یکی از بزرگ‌ترین و شناخته‌شده‌ترین عشایر ایران قشقایی‌ها هستند؛ این ایل در مسیر طولانی بین سواحل خلیج فارس و اطراف اصفهان، در بیلاق و قشلاق‌اند (کرکه آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹).

بنابراین باتوجه به مبانی نظری تحقیق و پتانسیل بالقوه‌ای که گردشگری عشایری در ایران دارد این تحقیق درصدد است تا به سؤالات زیر پاسخ دهد:

- ۱- پتانسیل‌های کارآفرینی گردشگری در جامعه عشایری ایران (با تمرکز بر ایل قشقایی) کدام‌اند؟
- ۲- کارآفرینی گردشگری بر ایجاد فرصت‌های شغلی در جامعه عشایری ایران چه اثراتی دارد؟
- ۳- توسعه گردشگری عشایری بر محافظت و احیای الگوهای فرهنگی جامعه عشایری چه تأثیراتی دارد؟

### روش‌شناسی تحقیق

بسیاری از محققان، روش‌های تحقیق کیفی را برای مطالعه موضوعات کارآفرینی مناسب‌تر می‌دانند (الوانی و بودلایی، ۱۳۸۹)؛ بنابراین، باتوجه به زمینه پژوهش و بنابر نظر راسو و همکارانش<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) مبنی بر کمبود اطلاعات در این حوزه، در پژوهش حاضر نیز برای دستیابی به نتایج موردنظر از روش پژوهش کیفی استفاده شده است. روش نظریه داده‌بنیاد یکی از پرکاربردترین روش‌های تحقیق کیفی است که قادر است مفاهیم نهفته در ورای داده‌ها را استخراج کند (حسینقلی زاده، حبیبی و عالی، ۱۳۸۸). در این پژوهش نیز برای پی‌بردن به جنبه‌های نامحسوس موضوع، از روش داده‌بنیاد استفاده گردید؛ چراکه به کمک این روش می‌توان به ارائه نظریه براساس عوامل مختلف و ارتباط بین آن‌ها پرداخت. اطلاعات موردنیاز در این پژوهش به دو شکل داده‌های کتابخانه‌ای و میدانی به دست آمده است. داده‌های میدانی، با روش‌های کیفی، مصاحبه نیمه ساختاریافته و مشاهده مشارکتی گردآوری شده‌اند.

در این پژوهش، جامعه آماری در بخش مصاحبه، کارآفرینان گردشگری عشایری و نخبگان عشایری هستند و در بخش مشاهده، باتوجه به قلمرو موضوعی، عشایر قشقایی است. در این پژوهش نمونه‌گیری تا اشباع نظری سؤالات مورد بررسی ادامه یافت تا مصاحبه و مشاهدات بیشتر منجر به افزایش یا تغییر در تئوری یا نگرش به وجود آمده نشود (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱)؛ بنابراین، در این پژوهش با یازده نفر مصاحبه شده‌است که از این تعداد هفت نفر از کارآفرینان گردشگری عشایری، دو نفر از مسئولان امور عشایری و دو نفر از تحصیل کرده‌های عشایری ساکن در شهرها بودند. در بخش مشاهده نیز اشباع داده‌های نظری با مشاهده از دو تیره عشایر قشقایی گردشگرپذیر به دست آمده است.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

دستاوردهای حاصل از مصاحبه‌ها و مشاهدات، با هدف استخراج کدها و مفاهیم و طبقه‌بندی‌ها، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد. در این پژوهش حین انجام مصاحبه، نظرات

<sup>۱</sup>Rusu et al.

مصاحبه‌شوندگان ضبط و نگهداری شد و نظرات آنان به همراه داده‌های حاصل از مشاهدات و برداشت صورت‌گرفته، به متن تبدیل شد. در گام بعدی، پس از رسیدن به نقطه اشباع در نظرات مصاحبه‌شوندگان و داده‌های جمع‌آوری‌شده از مشاهدات، داده‌های اولیه به نرم‌افزار اطلس تی آی<sup>۱</sup> داده شد و با کمک این نرم‌افزار کدهای اولیه ایجاد گردید. با توجه به تعداد زیاد کدهای تولیدشده، به منظور خلاصه‌سازی آن‌ها، کدهای اولیه به کدهای ثانویه تبدیل شدند که اساس و پایه این اقدام قرابت مفهوم و معنای کدهای اولیه به یکدیگر بوده است. در نهایت در قسمت کدگذاری ثانویه تلاش بر این شد تا مفهوم‌ها تبدیل به مقوله شوند. بعد از تعیین مقوله‌ها، در مرحله بعد، طبقات اصلی نظریه تعیین شدند و در نهایت، براساس رابطه بین طبقه‌ها، نظریه ارائه شد.

### نتایج حاصل از مصاحبه‌ها

نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که همه آنچه در عشایر وجود دارد اعم از سیاه‌چادر، طبیعت، اقلیم، آداب و رسوم، غذا، گویش و لهجه، موسیقی و ادبیات مردمی، صنایع دستی، نحوه کوچ، پوشاک، رقص، جشن‌ها و مراسم خاص عشایر، ورزش و بازی‌های بومی محلی پتانسیل‌های کارآفرینی گردشگری محسوب می‌شوند. در واقع هر آن چیزی که در عشایر اتفاق می‌افتد پتانسیلی برای کارآفرینی گردشگری است و حتی خود اشخاص عشایر نیز پتانسیلی برای کارآفرینی گردشگری محسوب می‌شوند.

تمام پتانسیل‌های عشایر نه به صورت منفک و جداشده بلکه در ارتباط با هم معنا می‌یابند. بدین معنی که تمامی جاذبه‌ها و پتانسیل‌ها با هم مرتبط‌اند و بدون این ارتباط امکان تجربه زندگی عشایری وجود ندارد؛ زیرا که گردشگری عشایری تجربه شیوه زندگی است و به نوعی مزیت رقابتی گردشگری عشایری نسبت به سایر گردشگری‌ها، نوع معیشت عشایر است. بسیاری از پتانسیل‌ها فقط در فضای عشایری معنا می‌یابند؛ زیرا همه رفتارها، رسم و رسوم و فرهنگ مردمان بومی با توجه به محیط زیست و کارهای روزمره‌شان معنی‌دار هستند و در محیط شهری بسیاری از رفتارهای عشایری مفهوم خود را از دست می‌دهند. نمی‌توان گوشه‌ای از صنایع دستی، پوشاک، غذا و مسکن عشایری را به صورت انتخابی جدا کرد و به شکلی که امروزه در برخی مکان‌ها مشاهده می‌شود در معرض نمایش گردشگران قرارداد و بر آن نام گردشگری عشایری نهاد؛ به این علت که، گردشگری عشایری در متن جامعه عشایری قرار گرفتن و زندگی عشایری را تمام و کمال تجربه کردن است و این تجربه رقم نخواهد خورد جز اینکه با عشایر زندگی کرد.

همچنین، نتایج مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که نکته مثبت رونق گردشگری عشایری امکان ایجاد شغل در همه فعالیت‌های موجود در زندگی عشایری است. بدین ترتیب، هر کسی مستقیم یا غیرمستقیم محصولات و خدمات در خدمت گردشگران قرار دهد ایجاد شغل کرده است. گرچه

<sup>۱</sup> ATLAS.ti

که گردشگری عشایری موجب احیای سنن و فرهنگ مردم عشایری خواهد شد، اما یکی از اهداف اصلی توسعه گردشگری عشایری ایجاد شغل و درآمدزایی برای مردم بومی است. از جمله مزیت‌های گردشگری عشایری که مصاحبه‌شوندگان در پژوهش به آن اشاره کردند، ایجاد شغل متناسب با فعالیت‌های روزمره مردم بومی برای رونق گردشگری عشایری است. تمام آنچه در عشایر اتفاق می‌افتد و مردم بومی به‌صورت روزانه انجام می‌دهند، با حضور گردشگر، شغل محسوب می‌شود. بدین معنی که مردم بومی عشایر می‌توانند هم‌زمان با انجام فعالیت معمول روزمره از آن درآمد کسب کنند. این مزیت موجب خواهد شد که کارآفرین برای اشتغال‌زایی نیاز به ابزار، مکان و آموزش نیروی کار نداشته باشد؛ بدین ترتیب، کارآفرین با کمترین هزینه ممکن و با ابزار و مکان همیشگی و بدون نیاز به آموزش، کسب‌وکار جدیدی را راه‌اندازی خواهد کرد. برنامه‌ریزی برای ایجاد فرصت‌های شغلی باید با توجه به توانایی جامعه باشد. برای ایجاد فرصت‌های شغلی در مناطق عشایری، باید توجه داشت که در این مناطق چه ظرفیت‌هایی وجود دارد و برای همان برنامه‌ریزی کرد. باید شغل‌هایی ایجاد شود که مردم عشایر مهارت انجام آن را داشته باشند. گردشگری عشایری باید به‌گونه‌ای تنظیم شود که مردم عشایر، هم‌زمان با انجام فعالیت‌های روزمره، درآمدزایی نیز داشته باشند. نمی‌توان برای مردم عشایر شغلی غیر از آنچه در زندگی روزمره آن‌ها وجود دارد تعریف کرد؛ به این علت که توقع زیادی ایجاد می‌کند و کارآفرین نمی‌تواند پاسخ‌گو باشد. باید روش‌های معمول درآمدزایی مردم بومی عشایر حفظ شود تا اگر بنابه‌دلایلی دیگر گردشگر در مناطق عشایری حضور پیدا نکرد زندگی عادی مردم بومی دچار تنزل نشود.

یکی از مواردی که با گسترش گردشگری عشایری موجب اشتغال‌زایی بیشتری نسبت به سایر پتانسیل‌ها می‌شود، فروش خوراک و محصولات دامی و لبنی به گردشگران است. از گذشته یکی از پایه‌های اقتصاد مردم عشایر فروش این محصولات به دلان و رهگذران بوده است. با ورود گردشگران به مناطق عشایری، امکان فروش محصولات خوراکی و دامی و لبنی به گردشگران فراهم می‌شود. خوراک محلی بخشی جالب توجه و یک گزینه اجتناب‌ناپذیر برای گردشگران است. ممکن است گردشگران در تیراندازی، اسب‌سواری، شیردوشی و سایر فعالیت‌های عشایر شرکت نکنند، اما خوراکی بخشی اجتناب‌ناپذیر است. تجربه خوردن خوراک محلی عشایر برای گردشگر لذت‌بخش است و گردشگر ارتباط خوبی با آن برقرار می‌کند. همه این عوامل موجب شده است عشایر برای فروش محصولات خوراکی و دامی و لبنی خلاقیت به کار ببرند؛ مثلاً محصولات مثل کشک را با طعم‌ها و اشکال مختلف ارائه می‌دهند. همچنین امکان فروش محصولات خوراکی به گردشگران موجب می‌شود که مردم عشایر محصولات خوراکی را بسته‌بندی شده ارائه دهند.

به دلیل قابلیت بالای گردشگری عشایری، این نوع گردشگری موجب ایجاد شغل برای تمام قشرهای مسن، جوان، کودکان و هر دو جنس زن و مرد می‌شود؛ در واقع، نوع معیشت عشایر به‌گونه‌ای است که همه قشرها در فعالیت‌های روزمره سهیم هستند. با رونق گردشگری عشایری نیاز به تعریف شغل‌های جدیدی نیست، زیرا شغل‌های ایجاد شده برگرفته از فعالیت‌های دیرینه



عشایر و تجربیات گذشته آنان است. بدین ترتیب، همان کارهای روزمره با رونق گردشگری درآمدزا می‌شود و همه افراد انجام‌دهنده آن کارها شاغل محسوب می‌شوند؛ مثلاً اینکه یک کودک با انجام بازی‌های محلی و آموزش آن درآمد کسب خواهد کرد یا یک پیرزن با فروش گیاهان دارویی شغلی خواهد داشت و درآمدزایی خواهد کرد.

علاوه بر اشتغال‌زایی، گردشگری عشایری بر محافظت و احیای الگوهای فرهنگی اثر مثبت دارد. یکی از مواردی که برای سنجش اثر گردشگری عشایری بر محافظت و احیای الگوهای فرهنگی در نظر گرفته شده است اثر گردشگری بر صنایع دستی و تولیدات بومی مناطق عشایری است. نتایج مصاحبه‌ها نشان می‌دهد، که به علت ابراز علاقه گردشگران به صنایع دستی و بافته‌های عشایر، مردم عشایر به خصوص جوانان به یادگیری صنایع دستی عشایری علاقه‌مند شده‌اند. بسیاری از صنایع دستی عشایر، به علت ورود فناوری و استفاده مردم عشایر از تولیدات کارخانه‌ها، دیگر کاربرد نداشته و به مرور زمان به دست فراموشی سپرده شده است؛ اما حضور گردشگران بسیاری از صنایع دستی فراموش شده را احیا کرده است. بدین ترتیب که با احیای بسیاری از فعالیت‌هایی که دیگر در عشایر انجام نمی‌گیرد و نیاز این گونه فعالیت‌ها به ابزارهای خاص خود، که گاهی ابزارهای بسیاری از آن‌ها فراموش شده است، بار دیگر این صنایع دستی در جریان زندگی‌ها به کار گرفته و تولید آن‌ها از سر گرفته می‌شود.

یکی دیگر از مواردی که برای سنجش اثر گردشگری عشایری بر محافظت و احیای الگوهای فرهنگی سنجیده می‌شود اثر گردشگری عشایری بر نحوه پوشش مردم محلی است؛ چراکه پوشاک جزئی از فرهنگ و در واقع یکی از نمادهای ظاهری فرهنگ است. بنابر نظر مصاحبه‌شوندگان، گردشگری عشایری بر پوشاک مردم عشایر اثر مثبتی داشته است؛ زیرا گردشگران با تعریف و تمجید از پوشاک مردم عشایر موجب می‌شوند تا عشایر با غرور پوشاک محلی خویش را بر تن کنند و به پوشاک خود احساس حقارت نداشته باشند.

همچنین گردشگری عشایری بر ترویج مهارت‌های تولید سنتی اثر مثبت دارد. مصاحبه‌شوندگان در زمینه ترویج مهارت‌های تولید سنتی بر این عقیده بودند که حضور گردشگران و علاقه آن‌ها به یادگیری نحوه اجرای فعالیت‌های بومی‌ها موجب شده است که مردم عشایر سعی کنند تا حد ممکن فعالیت‌های خود را به شکل سنتی انجام دهند. اجرای فعالیت‌ها به شکل سنتی موجب افزایش مهارت در انجام کارهای سنتی می‌شود. با رونق یافتن اجرای فعالیت‌ها به شکل سنتی و قدیمی خود، جوانان و کودکان عشایر، با گذشت زمان، نحوه اجرای چنین فعالیت‌هایی را خواهند آموخت؛ بدین ترتیب، چنین مهارت‌هایی به نسل‌های بعد انتقال می‌یابد و موجب خواهد شد روش اجرای بسیاری از فعالیت‌های سنتی فراموش نشود.

### نتایج حاصل از مشاهدات

گرچه نتایج حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد که ظرفیت‌های بخش غذایی، دامی و لبنی بیشترین شغل‌ها را در میان دیگر ظرفیت‌ها ایجاد می‌کند و افراد بیشتری از مردم بومی عشایر با گسترش

صنعت گردشگری به کارگرفته خواهند شد، اما مشاهدات پژوهشگر از تیره‌های عشایری گردشگرپذیر نشان داد، بیشترین شغل‌ها برای مردم عشایر در زمینه ارائه محل اقامت و خدمات پذیرایی ایجاد شده است.

جدول ۱: مقایسه نتایج مصاحبه‌ها و مشاهدات بیشترین شغل ایجادشده با رونق گردشگری عشایری

نتایج مصاحبه‌ها	نتایج مشاهدات
فروش محصولات خوراکی، دامی و لبنی	ارائه‌دهندگان محل اقامت و خدمات پذیرایی

جدول ۲: مقایسه تعداد افراد شاغل در بخش فروش محصولات خوراکی و ارائه‌دهندگان محل اقامت

شغل موردنظر	فروش محصولات خوراکی، دامی و لبنی	ارائه‌دهندگان محل اقامت و خدمات پذیرایی <sup>۱</sup>
تعداد	۲	۶

ذکر این نکته لازم است که مشاهدات، از دو تیره گردشگرپذیر عشایر قشقایی، در اواخر تابستان و اوایل پاییز صورت گرفت. نتایج حاصل از مشاهدات فقط مربوط به همان بازه زمانی در سال ۱۳۹۴ و این دو تیره گردشگرپذیر عشایر قشقایی است. تعداد افراد شاغل در بخش‌های مختلف، که در جداول بالا آورده شده است، مربوط است به تعداد افراد به کار گرفته شده در هر دو تیره و در زمانی که تعداد گردشگران ۱۷ نفر بودند.

همچنین نتیجه مشاهدات از تیره‌های عشایری گردشگرپذیر نشان می‌دهد که بیشترین اشتغال، با گسترش گردشگری عشایری، برای زنان ایجاد می‌شود؛ زیرا در عشایر بیشتر کارهای روزمره مثل شیردوشی، قالی‌بافی و دیگر صنایع دستی، پخت غذا و... برعهده زنان است. با رونق گردشگری کارهای خدماتی مثل پذیرایی، آشپزی، پخت نان، تولید صنایع دستی، کرایه دادن لباس محلی و بیشتر کارهایی که از نظر بصری برای گردشگران جذابیت دارد مانند شیردوشی، انجام کار روزانه و... بر عهده زنان است. زنان بیش از سایر اقشار با گردشگران در ارتباطند؛ بنابراین، بیشترین شغل‌ها هم برای آن‌ها ایجاد شده است. نتایج حاصل از مشاهدات در سه جدول زیر آمده است: در جدول ۳ مقایسه‌ای از نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و مشاهدات در زمینه نحوه اشتغال اقشار جامعه عشایری آورده شده است. جدول ۴ تعداد افراد شاغل هر جنس که از نتایج مشاهدات به دست آمده است و جدول ۵ تعداد افراد شاغل در گروه‌های سنی را نشان می‌دهد.

۱. در دو تیره عشایری گردشگرپذیر مذکور، ارائه‌دهندگان محل اقامت خود عهده‌دار خدمات پذیرایی از گردشگران بودند به همین جهت ارائه‌دهندگان محل اقامت و ارائه‌دهندگان خدمات پذیرایی باهم در نظر گرفته شده‌اند.

جدول ۳: مقایسه نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و مشاهدات نحوه اشتغال اقشار جامعه عشایر

نتایج حاصل از مصاحبه‌ها	نتایج حاصل از مشاهدات
اشتغال همه اقشار	بیشترین اشتغال زنان

جدول ۴: نتایج حاصل از مشاهدات تعداد افراد شاغل هر جنس

جنس	زن	مرد <sup>۱</sup>
تعداد	۷	۶

جدول ۵: نتایج مشاهدات تعداد افراد شاغل در گروه‌های سنی<sup>۲</sup>

گروه‌های سنی	۱۴-۰ سال	۱۴-۵۹ سال	بالا تر از ۶۰ سال
تعداد شاغل	۰	۱۱	۲

مشاهدات، از تیره‌های عشایری گردشگری‌پذیر، پژوهشگر را به این نتایج رسانده که گردشگری عشایری تاکنون تأثیر چندانی در حفظ و احیای صنایع دستی و تولیدات بومی عشایر نداشته است. در این مرحله مشاهدات از این دو تیره عشایری، نتایج مصاحبه‌ها را چندان تأیید نکرد. مشاهدات نشان داد اول اینکه خود مردم بومی دیگر مانند گذشته به تولید صنایع دستی نمی‌پردازند و بیشتر صناعی که برای فروش به گردشگران در معرض نمایش قرار داده بودند، صناعی بود که در گذشته تولید کرده بودند و هم‌اکنون به دلیل نیاز اقتصادی در معرض فروش می‌گذارند. دوم اینکه گردشگران به خرید صنایع دستی و تولیدات مردم بومی راغب نیستند و خرید چندان چشمگیری از صنایع دستی و تولیدات مردم بومی عشایر نداشته‌اند.

۱. دو تن از مردهای شاغل در بخش حمل‌ونقل از مردم بومی عشایر نبودند، اما در جدول آورده شده است. مدنظر بخش مربوطه تعداد افراد بومی شاغل در بخش گردشگری است که با این احتساب تعداد مردهای شاغل بومی چهار نفرند؛ بنابراین تعداد زنان شاغل در بخش گردشگری عشایری بیشترند.

۲. تقسیم‌بندی گروه‌های سنی براساس تقسیم‌بندی «پایگاه ملی داده‌های علوم زمین کشور» صورت گرفته است.

<http://www.ngdir.ir/geoportalinfo/PSubjectInfoDetail.asp?PID=438&index=30>

جدول ۶: تعداد تولید صنایع دستی

تیره ۲	تیره ۱	تیره عشایری گردشگری پذیر
۰	۳	تعداد صنایع دستی در حال تولید

جدول ۷: آمار فروش صنایع دستی

تیره ۲	تیره ۱	نام تیره عشایری گردشگری پذیر
۲ نفر	۱۵ نفر	تعداد گردشگر
۰	۰	تعداد فروش صنایع دستی <sup>۱</sup>

علاوه بر این مشاهدات پژوهشگر نشان داد که گردشگری عشایری تأثیر چندانی در حفظ پوشاک و یا ترغیب مردم محلی به پوشش عشایری نداشته است؛ زیرا جز تعداد معدودی از زنان مسن که لباس محلی ساده بر تن داشتند، نسل جوان و حتی مردان مسن عشایری، پوشش محلی بر تن نداشتند. همه افراد نسل جوان، مردان و بچه‌ها پوششان به سبک پوشش شهری و امروزی بود. تنها زنان مسن به صورت ناقص، لباس محلی بر تن داشتند.

جدول ۸: تعداد افراد در گروه‌های سنی مختلف با پوشش محلی

گروه سنی	۱۴-۰ سال	۱۴-۵۹ سال	بالتر از ۶۰ سال
کودکان	۰	بزرگسالان <sup>۲</sup>	کهنسالان
تعداد	۰	۲	۸

جدول ۹: جنس افراد مختلف با پوشش محلی

جنس	زن	مرد
تعداد	۱۰	۰

درباره اثر گردشگری بر ترویج مهارت‌های تولید سنتی باید ذکر کرد که مشاهده از تیره‌های عشایری گردشگری پذیر اواخر تابستان و اوایل پاییز صورت گرفته است. در این فصل‌ها به علت سرد شدن هوا، تمام شدن فصل شیردوشی و آماده شدن عشایر برای کوچ به مناطق قشلاقی، امکان مشاهده بسیاری از فعالیت‌هایی که مردم عشایر به صورت معمول انجام می‌دادند، وجود نداشت. باین حال استفاده از چادر برزنت به جای سیاه‌چادر، استفاده از ظرف‌هایی با جنس روی به جای

۱. این تعداد فقط مربوط به زمانی است که پژوهشگر در تیره‌های گردشگری پذیر حضور داشته است.

۲. سن دو زن در این گروه، با پوشش محلی، بالای چهل سال بود.

پوست برای نگهداری روغن حیوانی و وجود صنایع دستی بافته شده با کاموا به جای نخ رنگرزی شده نشان از آن داشت که بسیاری از فعالیت‌های سنتی، دیگر مانند گذشته به صورت سنتی انجام نمی‌شود. با توجه به این موارد، به نظر می‌رسد حضور گردشگر تأثیر زیادی در احیای روش سنتی اجرای فعالیت‌ها نداشته است. در جدول ۱۰، چند ابزار زندگی مردم عشایر که در گذشته استفاده می‌کرده‌اند (بر اساس مصاحبه با مردم بومی) با ابزار مورد استفاده در زمان کنونی مقایسه شده است. در جدول ۱۱، تعداد سیاه‌چادرها و چادرهای برزنت موجود در تیره‌های عشایری، برای نشان دادن کاهش تولیدات سنتی و در نهایت کاهش مهارت تولید این ابزار، آورده شده است.

جدول ۱۰: مقایسه ابزار زندگی مردم عشایری در گذشته و حال

زمان	گذشته	حال
مسکن	سیاه‌چادر	چادر برزنت
صنایع دستی بافتنی جاجیم	نخ	کاموا
روغن‌دان حیوانی	پوست	ظرف با جنس روی
رنگرزی	به صورت سنتی و با مواد گیاهی	ندارند

جدول ۱۱: مقایسه تعداد سیاه‌چادرها و چادرهای برزنت

نوع مسکن	چادر برزنت	سیاه‌چادر <sup>۱</sup>
تعداد	بیش از ۲۰ عدد	۲

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد گردشگری عشایری با وجود پتانسیل‌های فراوان در شیوه زندگی عشایری، برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی، موفق عمل نکرده است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود برای رونق گردشگری عشایری جشنواره‌های غذا، صنایع دستی، پشم‌چینی، کنسرت‌های موسیقی با حضور بزرگان موسیقی ایل قشقایی، جشنواره رقص محلی، ورزشی، بازی‌های محلی و... برگزار شود. با برگزاری این جشنواره‌ها علاوه بر اینکه مردم با آداب و رسوم عشایر آشنا خواهند شد، مشوقی برای تجربه زندگی عشایری نیز خواهد بود. بدین ترتیب، گردشگری عشایری به تدریج بین مردم شناخته خواهد شد. این جشنواره‌ها زمینه مناسبی برای کسب درآمد ایجاد خواهد کرد و افراد بیشتری در این زمینه به کار گرفته خواهند شد؛ بنابراین برگزاری این جشنواره‌ها ایده مناسبی برای شناساندن گردشگری عشایری و درآمدزایی و ایجاد شغل خواهد بود.

این دو سیاه‌چادر مربوط به خانواده‌های پذیرای گردشگر است.

همچنین حضور گروه‌های ورزشی، اردوهای تفریحی و آموزشی مدارس، دانشگاه‌ها، ادارات و... زمینه را برای آشنایی افراد بیشتری از جامعه با این شیوه زندگی فراهم می‌آورد. بدین ترتیب، حضور گردشگران موجب اشتغال‌زایی و افزایش درآمد و در نتیجه بهبود اقتصاد مردم بومی خواهد شد. کارآفرین گردشگری، برای کمک به بهبود اقتصاد مردم عشایر، موظف است برنامه‌ای تهیه کند برای حضور همه خانواده‌هایی که تمایل دارند در طرح گردشگری و پذیرایی از گردشگران شرکت داشته باشند. گردشگری عشایری نباید تنها به چند خانوار عشایری منفعه برساند، بلکه برای اثرگذاری بیشتر گردشگری عشایری، باید همه افراد جامعه بومی از گردشگری عشایری بهره‌مند شوند.

بنابر مشاهدات انجام گرفته، گردشگری عشایری بر احیای پوشاک، مهارت‌های تولید سنتی و احیای صنایع دستی اثر چندانی نداشته است. به همین جهت پیشنهاد می‌شود کارآفرین گردشگری مراسم‌هایی چون جشن چله بدر، مراسم کوسه گلین یا طلب باران، مراسم جشن اسفندماه را احیا کند و با برنامه‌ریزی منسجم و اطلاع‌رسانی صحیح گردشگران را برای حضور در این جشن‌ها و مراسم ترغیب کند. کارآفرینان گردشگری علاوه بر اجرای این جشنواره‌ها باید مردم محلی را آموزش دهند تا با پوشش محلی و غذای محلی از گردشگران پذیرایی کنند. خانواده‌هایی که پذیرای گردشگر در چادر خویش هستند نباید لباس شهری بپوشند و غذای غیرمحلی برای پذیرایی از گردشگران آماده کنند.

همچنین کارآفرینان گردشگری باید فرصتی را فراهم سازند تا گردشگران در مراسم شیردوشی، نان‌پزی، درست کردن کشک، تولید صنایع دستی و به‌طور کلی در امورات زندگی عشایری شرکت داده شوند تا علاوه بر یادگیری آنان زمینه ترویج مهارت‌های تولید سنتی فراهم شود.

## منابع

- افشار سیستانی، ایرج (۱۳۸۳). هنر زندگی: جامعه عشایری ایران. *فصلنامه هنر و معماری*، (۶۰).  
الوانی، مهدی؛ بودلایی، حسن (۱۳۸۹). پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، (۱۳)۵، صص ۳۳-۶۱.  
پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۹۲). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی و دانشگاهی (سمت) مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.  
تقوایی زاده، مریم؛ شایان، مسعود (۱۳۹۲). بررسی رابطه گردشگری و کارآفرینی در توسعه پایدار ایران.  
حسینقلی زاده، رضوان؛ حبیبی، لیلا؛ عالی، مرضیه (۱۳۸۸). مروری بر روش‌شناسی نظریه پایه‌ور با تأکید بر مطالعات سازمانی. *فصلنامه راهبرد*، (۵۴)۱۹، ۲۷۷-۲۵۷

- حسینی، فرهاد؛ احمدی، پرویز؛ خداداد حسینی، حمید (۱۳۸۹). بررسی تأثیرگذاری توسعه گردشگری قومی بر موضوعات اجتماعی و فرهنگی جامعه (موردپژوهشی: روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه). مدیریت شهری، (۲۶).
- دانشپور، عبدالهادی؛ نوذری، علیرضا (۱۳۹۳). مطالعه و بررسی اثرات گردشگری فرهنگی بر باززنده‌سازی مناظر فرهنگی در ایران. نشریه پیام سبز.
- رحیمی، احمد (۱۳۸۳). گردشگری در مناطق عشایر ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها. عشایر ذخایر انقلاب، (۱ و ۲).
- رنجبریان، بهرام؛ زاهدی، محمد (۱۳۹۰). شناخت گردشگری. اصفهان: انتشارات چهارباغ.
- شریفی تهرانی، محمد؛ یوسفی، جواد (۱۳۹۲). بررسی ارتباط بین گونه‌های گردشگری مذهبی، روستایی و بوم‌شناختی با گردشگری فرهنگی (مورد مطالعه: استان خراسان جنوبی). فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان.
- ضیایی، محمود؛ تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۱). شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی. نشر علوم اجتماعی.
- طلایی، شهاب؛ عبدیان، صبا (۱۳۹۲). راهنمای عمومی گردشگری. نشر مهکامه.
- عامریان، حمید؛ شیوا، امید (۱۳۹۱). شناخت فرهنگ و اقوام ایران زمین (چاپ دوم). سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- غلام‌رضایی، سعید؛ زینعلی، مریم؛ ناصری، علیرضا؛ نورائی، سهیلا (۱۳۹۱). توریسم عشایری فرصتی کارآفرینانه در صنعت گردشگری کشور. دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای.
- قدیری معصوم، مجتبی؛ استعلاجی، علی‌رضا؛ پازکی، معصومه (۱۳۸۹). گردشگری پایدار (روستایی و عشایری). موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- کرکه آبادی، زینب؛ مستخدمین حسینی، حمید (۱۳۸۹). بررسی پتانسیل کارآفرینی گردشگری در جامعه عشایری ایران. کار و جامعه، (۱۲۰ و ۱۲۱).
- کریمی، جعفر؛ محبوب فر، محمدرضا (۱۳۹۰). کاربرد اقلیم در طرح توسعه صنعت گردشگری. انتشارات ارکان دانش.
- لطفی، حیدر؛ یوسفی باصری، علی‌محمد؛ موسوی، رضا (۱۳۹۰). عشایر، توسعه و گردشگری. سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- مشیری، رحیم؛ مولایی هشتجین، نصرالله (۱۳۸۳). اقتصاد کوچ‌نشینان. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- میرزایی، رحمت (۱۳۸۸). تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه. روستا و توسعه. ۱۲ (۴).
- نجفی توه خشکه، پری؛ آزادی، سیامک (۱۳۹۱). اهمیت ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.
- واندا جورج، ای، مایر، هدر و جی. رید، دالند (۱۳۹۱). توسعه گردشگری روستایی (محل‌گرایی و تغییرات فرهنگی). ترجمه‌ی محمدرضا رضوانی و همکاران. نشر مهکامه.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۳، ۱۳ بهمن). سرشماری عشایر کوچنده کشور.

<http://www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=663>

سازمان امور عشایری (۱۳۹۴، ۲۴ فروردین). دستاوردهای سازمان امور عشایر ایران.

<http://www.ashayer.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=1&pageid=236>

Bagherifard, S., Jalali, M., Jalali, F., Khalili, P., & Sharifi, S. (2001). Tourism Entrepreneurship Challenges and Opportunities in Mazandaran. *J Basic Appl Sci Res*.

Barman, A., Singh, R & ., Rao, Y. V. (2010). Empowering Tribes Through Cultural Tourism in India–A Dream Project on ICT Integration, Available at SSRN ۱۷۱۸۱۲۶.

Bennett, J., & Gordon, W. (2005). Social Capital & the Indigenous Entrepreneur. *Australian Prospect*. Summer Edition, 2006.

Chang, H.-M., & Liao, L.-C. C. (2014). A Study of Indigenous Tribe Tourism Planning and Developing-Case by Huanshan in Taiwan. *Journal of International Management Studies*, 9(1), 146.

Csapó, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry: INTECH Open Access Publisher.

Diaz, D. (2001). The viability and sustainability of international tourism in developing countries. Paper presented at the Symposium on tourism services.

Harris, R., Vogel, D., & Bestle, L (2006). E-Community-Based Tourism for Asia's Indigenous People, Information Technology and Indigenous People. Hershey: Idea Group Inc.

Ishii, K. (2012). The impact of ethnic tourism on hill tribes in Thailand, *Annals of Tourism Research*, 39(1): 290-310.

Morrison, A. (2006). A contextualisation of entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurial Behavior. & Research*, 12(4): 192-209

Othman, P., Rosli, M. M., & Harun, A. (2011). The impact of tourism on small business performance: Empirical evidence from Malaysian islands, *International Journal of Business and Social Science*, 2(1): 11-21.

Northwest, T., Department of Industry, T., & Investment. (2010). Building the Aboriginal tourism product development of a Northwest Territories Aboriginal tourism sector. from <http://www.deslibris.ca/ID/225948>

-O'Rourke, T., & Memmott, P. (2005). Sustaining indigenous cultural tourism: Aboriginal pathways, cultural centres and dwellings in the Queensland Wet Tropics: Cooperative Research Centre (CRC) for Sustainable Tourism Pty Ltd, Gold Coast, Australia.

Rahman, W. (2012). Cultural tourism and Bangladesh: An overview, *Bangladesh Research Publications Journal*, 7(1): 06-15.

Raj, R. (2003). The impact of festivals on cultural tourism, Paper presented at the session 'Developing Cultural Tourism', 2nd DeHaan Tourism Management Conference, Nottingham.

Richards, G., & Wilson, J. (2007). Tourism development trajectories: From culture to creativity. *Tourism, creativity and development*, 1-33.



- Rusu, S., Csorba, L. M., Cureteanu, R., & Isac, F. L. 2012. Tourism Entrepreneurship and its Role in the Activity of SMEs in Romania, *Journal of Economics and Business Research*, 23.
- Smith, D. (1989). *Relating to Wales*, Raymond Williams: critical perspectives, ۳۴-۵۳
- Smith, M. (2009). *Issues in cultural tourism studies*: Routledge.
- Van den Berghe, P. L. (1994). *The quest for the other: ethnic tourism in San Cristóbal, Mexico*: University of Washington Press.
- Wu, X. (2000). Ethnic tourism: a helicopter from "huge graveyard" to paradise, *Hmong Studies Journal*, 3(Winter): 1-33.
- Yamamoto, R. (2005). *Indigenous tourism destination development*.
- Yang, L., & Wall, G. (2008). Ethnic tourism and entrepreneurship: Xishuangbanna, Yunnan, China. *Tourism Geographies*, 10(4): 522-544.
- Yang, L., Wall, G., & Smith, S. L. (2008). Ethnic tourism development: Chinese Government Perspectives, *Annals of Tourism Research*, 35(3): 751-771.
- World Tourism Organization (2014). *Tourism highlight*. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>