



Faculty of Social Sciences  
Institute of Social Studies and Research

*Quarterly of Social Studies Research in Iran*  
Vol. 11, No. 2:461-488, Summer 2022  
*Doi: 10.22059/JISR.2022.333401.1258*

**Proposing a Model for the Development of Sustainable Social  
Tourism of the Turkmen Folk\***

Abloghasem Mira<sup>1</sup>  
Manizheh Maghsodi<sup>2</sup>  
Nazli Mohammadi Ahranjani<sup>3</sup>

Received November 3, 2021 Accepted May 23, 2022

**Abstract**

**Introduction:** Despite the different ethnic groups in the country and the lack of development of villages and target destinations for ethnic tourism, the development of ethnic tourism can lead to sustainable economic growth and development in these areas, as well as the preservation and promotion of indigenous culture, oral heritage, traditions, indigenous industries, traditional arts, and customs of Iranian tribes. Consequently, the objective of this study is to offer a paradigm for the development of sustainable social tourism using the Turkmen people as a case study.

**Methodology:** The philosophical foundations of this work are grounded in interpretiveness and a data-theory-based research strategy. Interviews were conducted with a total of 81 individuals, utilizing three distinct protocols for three distinct groups, including residents, visitors, and managers. Sampling was conducted theoretically, to the level of theoretical saturation, and in conjunction with snowball sampling.

**Findings:** In total, 3255 codes were recovered from 2284 meaningful statements of these interviews; after deleting duplicate cases, 639 final codes and 92 subcategories

---

\* Research Paper, extracted from a ph.d. dissertation entitled “a model of social sustainable ethnic tourism development”, in the Faculty of Management, University of Tehran, International Kisho Campus.

1. Assistant Professor, Department of Sociology Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran, smira@ut.ac.ir

2. Associate Professor, University of Tehran, Tehran, Iran, maghsudi@ut.ac.ir

3. PhD Candidate in Business Administration, University of Tehran, International Kish Campus, Kish, Iran (Corresponding author), nazli.mohammadi.a@gmail.com

were extracted. Thus, out of 92 sub-categories, 8 central categories consist of heritage tourism, art tourism, ecotourism, sports tourism, food tourism, rural tourism, literary tourism, and cultural tourism for causal conditions; The 9 key categories consist of tourism infrastructure, financing and investment, management and organization challenges, tourism rules and regulations, tourism supply chain, tourism market elasticity, crisis management in the tourism industry, and inter-agency cooperation. control over intervening circumstances; For the underlying factors, four central categories include: socio-cultural characteristics, tourism of the host community, capacity building, and ethnic-religious prejudices; The 10 key categories consist of cultural stability, public security, population structure, migration, cultural heritage protection, environmental protection, stability of beliefs, social tolerance capacity, stability in ethnic context, and guest-host adaptation to the phenomenon. regional ecotourism management, establishment of non-governmental organizations and tourism clinics, handicraft management, cultural event management, stakeholder education, tourism project management, regional cultural heritage management, ethnic tourism market management, value chain management, planning Sustainable tourism; management of tourism studies; and cultural management of the host and guest community for strategies; Five main categories, including the sustainability of the region's social system, the sustainability of the local economy, the development of service quality, the empowerment of the local people, and the strengthening and promotion of indigenous culture, were recognized as results.

**Conclusion:** The theoretical model of the study suggests that a number of factors affect the development of sustainable ethnic-social tourism; to address them, special measures should be taken; and if these measures/strategies are implemented in the appropriate context, positive effects will be brought to the Turkmen region. The research has presented theoretical and managerial implications for destination management organizations with respect to the country's potential for ethnic tourism.

**Keywords:** Ethnic tourism, Sustainable tourism, Tourism development, Grounded theory

### References

- ≠ Ali Nejad, M., & Morshedi, A. (2021). Social Distance and Economic Character Measuring the Relationship between Social Distance and Economic Character in the Attitude of Tourists and Businessmen Residing in Yazd to Yazidis, **Social Studies and Research in Iran**, No. 2: 443-469. *(In Persian)*
- ≠ Bowen, C. C., & Bowen, W. M. (2008). Content Analysis; In Kaifeng Yang and Gerald J. Miller, Handbook of research methods in public administration, Taylor & Francis Publications.
- ≠ Cisneros-Martínez, J. D., McCabe, S., & Fernández-Morales, A. (2017). The contribution of social tourism to sustainable tourism: a case study of seasonally adjusted programmes in Spain, **Journal of Sustainable Tourism**, DOI: 10.1080/09669582.2017.1319844
- ≠ Coroş, M., Gică, O., Yallop, A., & Moisescu, O. (2017). Innovative and sustainable tourism strategies: A viable alternative for Romania's economic development, **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, No. 5: 504-515.

- ≠ Hosseini, M., Monshizadeh, R., Razavian, M. T., & Murid Sadat, P. (2019). Analysis of Rural Tourism Barriers to Achieve Sustainable Economic Development of Rural Settlements with Entrepreneurial Approach (Case Study: Kiar County, Chaharmahal Bakhtiari Province), **Journal of Social Studies and Research in Iran**, No. 3: 609-637. *(In Persian)*
- ≠ Kuhn, E., Haselmiaer, R., Pirker, H., & Vogl, C. (2018). The role of ethnic tourism in the food knowledge tradition of Tyrolean migrants in Treze Tílias, SC, Brazil, **Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine**, No. 26: 1-12.
- ≠ Latkova, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. **Journal of Travel Research**, Vol. 51 No. 1, pp. 50-67.
- ≠ Lor, J. J., Kwa, S., & Donaldson, J. A. (2019), Making ethnic tourism good for the poor, **Annals of Tourism Research**, No. 2: 140-152.
- ≠ Martinez, J. M. G., Martin, J. M. M., Fernandez, J. A. S., & Mogorron-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism, **Journal of Business Research**, No. 1: 165-174.
- ≠ Nunkoo, R., Smith, S.L.J., & Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. **Journal of Sustainable Tourism**, No. 1: 5-25.
- ≠ Perdue, R.R., Long, P.T., & Allen, L. (1990). Rural Resident Tourism Perceptions And Attitudes By Community Level Of Tourism. **Journal of Travel Research**, No. 3: 3-9.
- ≠ Raouf, A., Akbari, F., & Raouf, A. (2015). Preservation and revival of local games in the development of ethnic and cultural tourism industry Talesh, **National Conference on Talesh Studies**, Rasht, General Directorate of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Gilan. *(In Persian)*
- ≠ Rezaei, M. R., & Shakeri, Y. (2014). A Study of Opportunities and Challenges of Ethnic Tourism Cultural Diversity in Iran Tourism Development, **The First International Strategic Scientific Conference on Tourism Development of the Islamic Republic of Iran**, Challenges and Prospects, University Jihad Tourism Research Institute. *(In Persian)*
- ≠ Sarai, M. H., Nouri, M., & Asyabani, Z. (2016). Strategy for Sustainable Tourism Development in Neyriz City Using SOAR Strategic Analysis, **Geographical Exploration of Desert Areas**, No. 1: 51-74. *(In Persian)*
- ≠ Shaterian, M., Gholami, Y., & Mir Mohammadi, M. (2017). Evaluation of Sustainable Urban Tourism Development Indicators: A Case Study of Kashan, **Journal of Applied Research in Geographical Sciences**, No. 46: 195-224. *(In Persian)*
- ≠ Whitford, M., & Ruhanen, L. (2016). Indigenous tourism research, past and present: Where to from here? **Journal of Sustainable Tourism**, No. 8-9: 1080-1099.
- ≠ Wu, K. J., Zhu, Y., Chen, Q., & Tseng, M. L. (2019). Building sustainable tourism hierarchical framework: Coordinated triple bottom line approach in linguistic preferences, **Journal of Cleaner Production**, No. 3: 157-168.
- ≠ Zardan, M., & Mansour Bahmani, M. (2015). **Rural Tourism and Principles of Sustainable Tourism Development**, **National Conference on Civil Engineering and Architecture with an Approach to Sustainable**

- Development**, August 2015, Fooman, Islamic Azad University, Fooman and Shaft Branch. *(In Persian)*
- ≠ Zargham Borujeni, H., & Sedaqat, M. (2018). The Process Model of Sustainable Tourism Development of the Islamic Republic of Iran: A Data Theory Based on Five-Year Economic, Social and Cultural Development Plans, **Tourism and Development Quarterly**, No. 3: 25-73. *(In Persian)*
- ≠ Zhang, H. Q., Fan, D. X. F., Tse, T. S. M., & King, B. (2017). Creating a scale for assessing socially sustainable tourism, **Journal of Sustainable Tourism**, No. 1: 61-78.
- ≠ Zhuang, L., Taylor, T., Beirman, D., & Darcy, S. (2017). Socially sustainable ethnic tourism: a comparative study of two Hakka communities in China, **Tourism Recreation Research**, DOI: 10.1080/02508281.2017.1338817.



## ارائه مدل توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قوم ترکمن\*

ابوالقاسم میرا<sup>۱</sup>

منیژه مقصودی<sup>۲</sup>

نازلی محمدی اهرنجانی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۸/۱۲

Doi: 10.22059/JISR.2022.333401.1258

### چکیده

با وجود اقوام مختلف در کشور و عدم توسعه روستاها و مقاصد هدف گردشگری قومی کشور، توسعه گردشگری قومی می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی پایدار در این مناطق، بقا و ترویج فرهنگ بومی، میراث شفاهی، سنت‌ها، صنایع بومی، هنرهای سنتی و آداب و رسوم اقوام ایران منجر شود. بر این اساس، هدف پژوهش، ارائه مدلی برای توسعه گردشگری پایدار اجتماعی در قالب مطالعه‌ای موردی روی قوم ترکمن است. مبانی فلسفی پژوهش حاضر، ریشه در تفسیرگرایی و راهبرد پژوهش مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد است. در مجموع از ۸۱ نفر مشارکت‌کننده، مصاحبه‌هایی با استفاده از سه نوع پروتکل مختلف برای سه گروه شامل افراد بومی، گردشگران و مدیران صورت گرفت. نمونه‌گیری، به صورت نظری و تا حد اشباع نظری اجرا شد و به صورت ترکیبی با نمونه‌گیری گلوله‌برفی بود. در کل از ۲۲۸۴ گزاره معنادار این مصاحبه‌ها، ۳۲۵۵ کد و با حذف موارد تکراری، ۶۳۵ خرده‌مقوله و ۹۲ مقوله محوری یا مقوله هسته‌ای استخراج شد. به این صورت که از ۹۶ خرده‌مقوله در بعد شرایط علی ۱۱ مقوله محوری، از ۲۹ خرده‌مقوله شناسایی شده برای بعد شرایط زمینه‌ای ۸ مقوله محوری، ۱۷ عامل مداخله‌گر از ۱۱۶ خرده‌مقوله، از ۲۷۹ خرده‌مقوله ۳۲ مقوله محوری برای راهبردها، از ۶۷ خرده‌مقوله مربوط به نتایج توسعه گردشگری اجتماعی پایدار قومی ۱۱ مقوله محوری، و در نهایت از ۴۸ خرده‌مقوله ۹ مقوله محوری برای پدیده توسعه گردشگری اجتماعی پایدار قومی به دست آمد. براساس مدل نظری پژوهش، عوامل متعددی بر توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی تأثیرگذار است و برای مواجهه با آن‌ها اقدامات خاصی باید انجام داد. چنانچه اجرای این اقدامات/راهبردها در بسترهای مناسب رخ دهد، پیامدهای مطلوبی برای منطقه ترکمن‌نشین به ارمغان خواهد آورد. **واژه‌های کلیدی:** توسعه گردشگری، گردشگری قومی، گردشگری پایدار، نظریه داده‌بنیاد.

\* مقاله پژوهشی، مستخرج از رساله دکتری با عنوان «طراحی مدل گردشگری پایدار اجتماعی قومی: مطالعه موردی قوم ترکمن»، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، پردیس بین‌المللی کیش  
۱. استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران، amira@ut.ac.ir  
۲. دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران، maghsoudi@ut.ac.ir  
۳. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش سیاست‌گذاری بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، پردیس بین‌المللی کیش، کیش ایران (نویسنده مسئول)، nazli.mohammadi.a@gmail.com

## مقدمه و بیان مسئله

علی‌رغم اینکه در زمینه پایداری اجتماعی در صنعت گردشگری به عواملی مانند وجود تعارض میان میزبان-گردشگر<sup>۱</sup>، ابهام اجتماعی<sup>۲</sup>، و پذیرش اجتماعی<sup>۳</sup> اشاره شده است، تحقیقات بیشتری در زمینه پایداری و مؤلفه‌های اثرگذار بر آن در بستر گردشگری قومی باید صورت گیرد (وایت فورد و روهانن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶). مفهوم‌سازی گردشگری پایدار اجتماعی قومی و مؤلفه‌های عملیاتی آن، از طریق زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تاریخی امکان‌پذیر است. اینکه چگونه می‌توان پایداری اجتماعی و گردشگری قومی را در قالب یک مدل مفهوم‌سازی کرد، در ادبیات پاسخ روشنی به آن داده نشده است (ژوانگ و همکاران، ۲۰۱۷). با توجه به زندگی اقوام گوناگون در ایران، زمینه مساعدی برای توسعه گردشگری قومی وجود دارد. در ایران اقوام مختلف کرد، لر، ترک، بلوچ، عرب، ترکمن و... با شیوه زندگی جذاب و آداب‌ورسوم به‌غایت انسانی وجود دارند که ترویج گردشگری به‌منظور شناخت این اقوام، از قابلیت‌های زیادی به‌منظور توسعه در ابعاد گردشگری داخلی و ورودی برخوردار است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸). ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی این نوع از گردشگری و تنوع حیرت‌انگیز زندگی اقوام مختلف ایرانی، جاذبه‌های مطلوب و مفرحی برای گردشگران به‌شمار می‌رود. می‌توان اذعان داشت که گردشگری ایران و مدار تنوع و قابلیت‌های اقوام ایرانی است (علی‌نژاد و مرشدی، ۱۴۰۰). در واقع ایران رنگین‌کمانی از اقوام با خرده‌فرهنگ‌های غنی است و توجه به صنایع‌دستی، غذاها و میراث فرهنگی بومی امری ضروری است و هر سیاست و برنامه‌ای در راستای اقوام ایران باید نگاه همه‌جانبه‌ای به این مسئله داشته باشد. تبلیغات فراوان و آمارهای جذاب از میزان کسب درآمد کشورها و اشتغال‌زایی ناشی از گردشگری قومی سبب شده بسیاری از کشورها، مناطق دورافتاده و کمتر توسعه‌یافته هرچه بیشتر مترصد سرمایه‌گذاری در این زمینه شوند. با وجود این، آسیب‌های موجود در صنعت گردشگری کشورها به‌ویژه در حوزه اقوام نشان می‌دهد سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران در حفاظت از منابع مختلف گردشگری عملکرد مطلوبی نداشته‌اند. یکی از مشکلات صنعت گردشگری کشور ایران در حوزه اقوام، بی‌توجهی به گردشگری عشایری و روستایی با توجه به وجود اقوام و طوایف

- 
1. Host-Guest conflict
  2. Social tolerance
  3. Social acceptance
  4. Whitford and Ruhanen

مختلف در کشور و عدم توسعه روستاهای هدف گردشگری قومی است. توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی می‌تواند به ترویج فرهنگ ایرانی و بومی و زنده‌نگه‌داشتن فرهنگ‌های مختلف ایرانی و آشنایی شهروندان با صنایع دستی و هنرهای سنتی، جاذبه‌های گردشگری و شناساندن آداب و رسوم اقوام ایرانی به نسل جوان و الگوپذیری از آداب و رسوم اصیل ایرانی منجر شود. این پژوهش، در قالب مطالعه‌ای تک‌موردی روی قوم ترکمن در کشور، تلاش دارد به نقش حاکمیت، گروه‌های ذی‌نفع و جوامع محلی، در دستیابی به پایداری اجتماعی در صنعت گردشگری قومی بپردازد و مدل توسعه گردشگری قومی با رویکرد پایداری اجتماعی ارائه کند. ترکمن صحرا، گنجینه‌ای طبیعی و تاریخی در شمال ایران است. از بلندترین برج آجری ساخته‌شده در جهان به نام گنبد قابوس تا پدیده‌های طبیعی مانند بدلدند (بدبوم یا زمین خشک و غیرقابل کشت)، همچنین وجود گورستانی اسرارآمیز و اسب‌های منحصربه‌فرد؛ همه این جاذبه‌ها دلیلی قانع‌کننده برای سفر به این منطقه از ایران هستند. اگرچه قوم ترکمن دارای مؤلفه‌های مهم و جذابی برای ورود گردشگر به منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان است، به دلایل مختلفی نظیر عدم توجه ویژه دولت به بخش گردشگری، نبود زیرساخت‌های اقتصادی، عدم تبلیغات مناسب از فرهنگ قوم ترکمن و... از این مؤلفه‌ها در راستای توسعه اقتصادی منطقه به‌خوبی استفاده نشده است. علاوه بر این با در نظر گرفتن وجود اقوام و طوایف مختلف در کشور و عدم توسعه روستاها و مقاصد هدف گردشگری قومی کشور ایران، توسعه گردشگری پایدار قومی می‌تواند همچنان که سبب رشد و توسعه اقتصادی پایدار در این مناطق می‌شود، موجب بقا و ترویج فرهنگ بومی، میراث شفاهی، سنت‌ها، صنایع بومی، هنرهای سنتی و آداب و رسوم اقوام ایران شود و موجبات آشنایی هرچه بیشتر بازدیدکنندگان با جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و اجتماعی-انسانی در جغرافیای اقوام ایرانی را فراهم کند که این مهم نیز به افزایش همدمی و همبستگی ملی و فراملی منجر خواهد شد. شایان ذکر است که تاکنون هیچ مطالعه‌ای در داخل کشور در زمینه گردشگری پایدار اجتماعی قومی انجام نشده است و تنها یک مطالعه (ژانگ و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷) در خارج از کشور در این زمینه انجام شده است و از این حیث، شکاف تحقیقاتی وجود دارد. با عنایت به شکاف تحقیقاتی موجود در زمینه ادبیات گردشگری پایدار اجتماعی قومی و نیز با توجه وجود ظرفیت‌های متعدد و منحصربه‌فرد گردشگری قومی در کشور، این پژوهش در تلاش برای دستیابی به راه‌های توسعه گردشگری پایدار اجتماعی

قومی در منطقه ترکمن صحرا و ارائه مدل پیشنهادی آن است. به عبارت دیگر این مطالعه بر آن است تا مؤلفه‌های گردشگری پایدار اجتماعی قومی در منطقه ترکمن صحرا را شناسایی کند و راهکارهای عملیاتی و عوامل مؤثر بر توسعه آن را احصا کند. در نهایت منافع کوتاه‌مدت و بلندمدت ناشی از توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی در منطقه ترکمن صحرا تبیین می‌شود.

### پیشینه پژوهش

سرای و همکاران (۱۳۹۷) مطالعه‌ای با هدف امکان‌سنجی توسعه گردشگری پایدار در شهر نیریز انجام دادند. یافته‌های تحلیل راهبرد SOAR نشان داد که شهر نیریز از نقاط قوت و فرصت بی‌شماری در زمینه توسعه گردشگری پایدار برخوردار است که در صورت توسعه این صنعت، نتایجی نظیر کاهش نرخ بیکاری، افزایش مراکز خدماتی و پذیرایی، کاهش هزینه اقامت گردشگران، افزایش سرانه فضای تفریحی را به دنبال خواهد داشت. ضرغام بروجنی و صداقت (۱۳۹۷) با به‌کارگیری نظریه داده‌بنیاد، مدلی را به دست آوردند که مقوله‌های اصلی آن عبارت بود از: ۱. مقوله‌های علی (نگرانی‌های زیست‌محیطی و موقعیت ژئوپلیتیک ایران)؛ ۲. مقوله محوری (توسعه پایدار گردشگری)؛ ۳. مقوله‌های زمینه‌ای (مشارکت و انسجام ذی‌نفعان گردشگری، آموزش و پژوهش گردشگری)؛ ۴. مقوله‌های مداخله‌گر (حس مکان گردشگری، مدیریت مالی گردشگری، ایمنی و امنیت در گردشگری، روش‌های نوین فناورانه گردشگری و حکمرانی خوب گردشگری)؛ ۵. مقوله‌های راهبرد (برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری گردشگری، بازاریابی گردشگری، مدیریت سبز گردشگری، مدیریت حمل‌ونقل پایدار گردشگری، و کنترل و نظارت گردشگری)؛ ۶. مقوله‌های پیامدی (غنا فرهنگی جوامع میزبان، حفاظت از منابع گردشگری و رفاه و کیفیت زندگی جوامع میزبان). این مقوله‌ها در یک چارچوب پارادایمی بود. رئوف و همکاران (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که گردشگری در این بخش می‌تواند به تقویت هویت قومی از طریق ارتقای فرهنگ قومی، هنر، برنامه‌ها و نمایشگاه‌ها، حفاظت از میراث فرهنگی گروه‌های قومی و ترمیم، و حفظ ویژگی‌های قومی که به دست فراموشی سپرده شده‌اند، کمک کند. نتایج تحقیق زردان و منصوربهمنی (۱۳۹۴) نشانگر نقش مؤثر گردشگری در اقتصاد ملی و محلی، و نقش مؤثر گردشگری روستایی در توسعه پایدار گردشگری بود. یافته‌های مطالعه رضایی و شاکری (۱۳۹۳) بیانگر فرصت‌های گوناگون در تنوع فرهنگی قومیت‌ها در توسعه گردشگری بود که عبارت بود از: ۱. درآمدزایی پایدار؛ ۲. احیای فرهنگ



قومیت‌ها؛ ۳. اشتغال‌زایی برای مردم؛ ۴. شناخت فرهنگ اصیل قومیت‌ها برای گردشگران خارجی؛ ۵. استفاده از طبیعت بکر مناطق قومی در سطح کشور؛ ۶. جذابیت فرهنگ قومی برای گردشگران داخلی و خارجی. لور و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) به بررسی چگونگی کاهش فقر روستایی از طریق گردشگری قومی پرداختند. براساس یافته‌ها، به‌خاطر دشواری در توسعه هم‌زمان گردشگری درحالی‌که طرفداران فقرا افزایش می‌یابند، بیشتر روستاها یکی از دو مسیر توسعه‌ای را می‌پیمایند: ۱. حصول اطمینان از یک ساختار جامع قبل از توسعه؛ ۲. توسعه قبل از ایجاد یک ساختار جامع. این محققان به مقایسه چهار مورد در جنوب غرب چین پرداختند تا به سیاست‌های انتخاب مسیرهای مختلف دست یابند و تأثیر هر مسیر را بر ساکنان محلی شناسایی کنند. مطابق نتایج، مسیر اول مستلزم یک موازنه دقیق به‌منظور حفظ یک ساختار طرفدار فقرا هم‌زمان با توسعه حجم گردشگری است و مسیر دوم بیانگر موانع برطرف‌نشده برای کاهش فقر است که به‌دلیل فقدان خواست سیاسی، برای تغییر در ساختارهای صنایع موفق به شیوه‌هایی است که فقرا را نیز دربرگیرد. مارتینز و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند سطح سالانه ثبات گردشگری روستایی، از ثبات گردشگری روستایی فاصله چندانی ندارد؛ چرا که باثبات‌تر بود و نیز فصلی‌بودن، در مقصدهای ساحلی بسیار بیشتر بود. این روش‌شناسی، چارچوبی را برای ایجاد شاخص DP2 به‌وجود می‌آورد و امکان شناسایی اینکه چه متغیرهایی تفاوت در سطوح فصلی‌بودن را در هر مقصد به میزان زیادی تبیین می‌کند، فراهم می‌شود. نتایج نشان داد این متغیرها با بین‌المللی‌شدن مقصد و تغییرات در دسترسی به مکان خواب و استراحت ارتباط دارند. وو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) رهنمودهایی را برای صنعت گردشگری در مسیر پایداری ارائه کردند. این محققان اعطای پاداش به کارکنانی که درصدد بهبود فرایندهای اکولوژیکی هستند، ایجاد ارتباطات اکولوژیکی-تجاری با عموم جامعه و نیز اتخاذ یک سازمان اکولوژیکی به‌منظور افزایش رقابت‌پذیری و سودآوری را پیشنهاد کردند. کوهن و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) تأثیر دسترسی منابع، آشپزی و دست‌پخت غالب در کشور میزبان و گردشگری اقوام بر سنت دانش تغذیه مهاجران تیرولینی<sup>۴</sup> و نسل‌های بعدی آن‌ها را بررسی کردند. نتایج نشان داد تیرولین‌ها در اتریش دارای ادراکاتی متفاوت و توافق بالاتری از شرکت‌های غذایی تیرولینی در مقایسه با تیرولینی‌ها

---

1. Lor et al.  
2. Wu et al.  
3. Kuhn et al.  
4. Tyroleans

در برزیل داشتند که نشان‌دهنده پیشرفت‌های متفاوت بود. ژوانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) جنبه‌های اجتماعی گردشگری قومی پایدار را از طریق مطالعات موردی مقایسه‌ای از دو مقصد گردشگری قومی هاکا، روستاهای نانیوان و سوژیای<sup>۲</sup> در هیوان<sup>۳</sup> و استان گوانگدونگ<sup>۴</sup> چین بررسی کردند. این مطالعه موردی تطبیقی، بینشی در مورد عوامل مؤثر در گردشگری قومی پایدار اجتماعی در چین، از جمله سطوح مشارکت در جامعه، کنترل گردشگری محصول، مزایای تعلق جامعه قومی، نگرانی‌های درک شده و ملاحظات مربوط به اصالت ارائه داد. مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد مطالعات صورت گرفته در زمینه گردشگری پایدار اجتماعی قومی، محدود است. برای گردشگری پایدار اجتماعی قومی در ایران به‌عنوان یک چارچوب علمی و عملی توجه و مدلی ارائه نشده است. از این رو می‌توان اظهار داشت که تلاشی در جهت مفهوم‌سازی گردشگری پایدار اجتماعی قومی در ایران، صورت نگرفته است. تنها دو مطالعه ژانگ و همکاران (۲۰۱۷) و ژوانگ و همکاران (۲۰۱۷) به مسئله گردشگری پایدار اجتماعی پرداخته‌اند و از میان این دو پژوهش، ژوانگ و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی گردشگری پایدار اجتماعی قومی در کشور چین پرداخته‌اند؛ بنابراین در زمینه گردشگری پایدار اجتماعی قومی ادبیات غنی نیست و تنها یک مطالعه محدود وجود دارد.

## تأملات مفهومی

### گردشگری پایدار اجتماعی

مفهوم پایداری اجتماعی توجه زیادی از محققان گردشگری دنیا به خود معطوف کرده است که ناشی از افزایش سریع ورود گردشگران و افزایش آگاهی از تأثیر آن‌ها بر نگرش‌های ساکنان مقصد گردشگری است. به‌منظور منتفع کردن ساکنان محلی، گردشگری پایدار درصدد کاهش اثرات مخرب بر فرهنگ و محیط جوامع میزبان است. دستیابی به پایداری اجتماعی، دربرگیرنده اقدامات مهمی در جهت کمک به جوامع محلی از طریق ایجاد تعادل و نظارت بر اثرات اجتماعی گردشگری روی کیفیت زندگی، توزیع مزایا، سیستم‌های حمایت از زندگی و حفاظت از میراث فرهنگی است. مطالعات در زمینه گردشگری پایدار، اغلب بر تمایل به توسعه

- 
1. Zhuang et al.
  2. Nanyuan and Sujiawei
  3. Heyuan
  4. Guangdong

گردشگری برای ایجاد نتایج متنوع تأکید دارد. برخی مطالعات اثرات گردشگری را بر ساکنان و جوامع میزبان بررسی کرده‌اند؛ برای نمونه نونکو و همکاران (۲۰۱۳) دریافتند که گردشگری سه اثر منفی شامل تراکم ترافیک، جرائم فردی و سازمان‌یافته، و اعتیاد به مواد مخدر و الکل بر جامعه میزبان دارد. به کرات بیان شده که اثرات مثبت گردشگری عمدتاً با جنبه‌های اقتصادی از قبیل فرصت‌های اشتغال، افزایش درآمد، بهبود استانداردهای زندگی و رشد مالیات دریافتی همراه است. سایر مزایای مثبت گردشگری از جمله بهبود کیفیت زندگی، مهمان‌نوازی غریبه‌ها و افزایش اعتماد به نفس میان ساکنان جامعه میزبان است. باین حال مشخص شده که نگرش‌های ساکنان به گردشگری به شدت تحت تأثیر ویژگی‌های شخصی و محلی، ارتباط با گردشگران، مدت اقامت، سن و زبان قرار دارد. مطالعه در زمینه واکنش‌های ساکنان به گردشگران، با استفاده از طیف گسترده‌ای از چشم‌اندازهای نظری مانند نظریه مبادله اجتماعی، هزینه و منافع ادراک‌شده از یک رابطه معین، و مفاهیم ضمنی آن‌ها برای ایجاد روابط مطلوب، صورت گرفته است. برخی مطالعات، اثرات اجتماعی را با کاربرد نظریه چرخه عمر گردشگری بررسی کرده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد اثرات اجتماعی در هر مرحله از این چرخه تأیید و اغلب طی مراحل تثبیت و رکود (کساد) تشدید شده است. اثرات اجتماعی منفی ممکن است موجب افول مقصد شود. بازدید زیاد و تکرار تسهیلات اقامتی می‌تواند به نارضایتی و تعارض در میان ساکنان جامعه میزبان شود. طی مراحل تثبیت و رکود ممکن است منابع از ظرفیت‌های آن‌ها فراتر بروند و سبب ایجاد مشکلات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی شوند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۷).

مرور جامع ادبیات مرتبط با پایداری گردشگری، به درک بهتر شاخص‌های مختلف پایداری اجتماعی کمک می‌کند. محققان حوزه گردشگری ابعاد مختلف مربوط به پایداری را پیشنهاد داده‌اند که در شرایط مختلف استفاده می‌شود. پردو و همکاران (۱۹۹۰) مدلی ارائه کردند که شامل سازه‌های مختلفی از جمله ادراکات ساکنان از تأثیرات گردشگری، منافع شخصی، حمایت از توسعه بیشتر گردشگری و محدودیت‌های توسعه گردشگری بود. این مدل را لاتکووا و ووگت (۲۰۱۲)، با به‌کارگیری نظریه‌های مبادله اجتماعی و چرخه حیات گردشگری (TALC) توسعه دادند. لاتکووا و ووگت اثرات ادراک‌شده بر قیمت‌ها، جرم و جنایت، کیفیت زندگی، کنترل دولت و مسائل مربوط به ترافیک را بررسی کردند و آن‌ها را در مورد حجم بیشتر و کمتر گردشگر و در مناطقی با درآمد بیشتر و کمتر به‌کار گرفتند. مقیاس نگرش تأثیر گردشگری

(TIAS) در ابتدا برای استانداردسازی سنجش نگرش‌های ساکنان به توسعه گردشگری طراحی شد. مطالعه‌ای تطبیقی در مورد ادراکات ساکنان از اثرات گردشگری در ترکیه، فیجی و ایالات متحده نیز انجام شده است (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۷). در این مطالعه، سه بعد اثر گردشگری پیشنهاد شد: ۱. حقوقی؛ ۲. اجتماعی؛ ۳. اقتصادی. مطالعات مختلفی به موضوع اختلافات ادراکی در کشورهای مختلف پرداخته است. کوروس و همکاران (۲۰۱۷) مقیاس سنجش توسعه‌یافته‌ای از پایداری را پیشنهاد کردند و ابزار اندازه‌گیری هفت‌بعدی را تهیه کردند که در شرایط مختلف تحقیقاتی آزمایش شد. این ابعاد شامل پایداری محیط‌زیست، هزینه‌های اجتماعی، منافع اقتصادی، مشارکت جامعه، برنامه‌ریزی بلندمدت، رضایت بازدیدکنندگان و اقتصاد جامعه‌محور است. اخیراً توجه بیشتری به همبستگی عاطفی و توانمندسازی ساکنان معطوف شده است. این شاخص‌ها برای سنجش نگرش ساکنان به توسعه گردشگری استفاده شده‌اند. نتیجه‌گیری‌های مختلفی از مرور ادبیات پایداری اجتماعی حاصل می‌شود. نخست اینکه اگرچه برخی از ابزارهای اندازه‌گیری، برای تعیین میزان پایداری گردشگری تدوین شده‌اند، مطالعات کمی بر جنبه‌های اجتماعی گردشگری پایدار متمرکز شده است. پایداری اجتماعی به‌عنوان یک سازه واحد تحت مفهوم گردشگری پایدار در نظر گرفته شده است. بر این اساس، ادبیات و مطالعات انجام‌شده در زمینه پایداری اجتماعی، در صنعت گردشگری متناقض است و نیاز به پالایش بیشتری دارد. علاوه‌براین عدم کفایت در زمینه مقیاس‌هایی که عنصر اجتماعی را به‌عنوان یک بعد واحد اندازه‌گیری پایداری کلی در نظر می‌گیرند، مشهود است. ادبیات قادر به ارائه اطلاعات جامعی طبق دستورالعمل‌هایی نیستند که توسط سازمان جهانی گردشگری ارائه می‌کند. دوم، مفاهیم مربوط به پایداری اجتماعی و اثرات اجتماعی در گردشگری، مستقل از یکدیگر باقی مانده‌اند. مطالعات گوناگون در مورد اثرات اجتماعی، اطلاعات اندکی را برای کمک به افرادی فراهم کرده است که سعی در همراه‌شدن با توسعه پایدار بلندمدت دارند. مطالعات مختلف پیرامون پایداری اجتماعی، تلاش اندکی در جهت تبدیل ابعاد تأثیر اجتماعی به یک ابزار ارزیابی داشته است تا بتواند فرایندهای پایداری اجتماعی را پشتیبانی کند؛ بنابراین باید یک مطالعه یکپارچه انجام شود که تأثیرات اجتماعی را در ارزیابی پایداری اجتماعی به‌عنوان یک کمک بالقوه برای ادبیات نظری و عملی بررسی کند. سوم، پایداری اجتماعی ممکن است در مکان‌های مختلف مقصد متفاوت باشد. متأسفانه تعداد کمی از محققان از روش‌های آماری دقیق برای آزمون ثبات ساختاری سنجه‌های پایداری گردشگری در شرایط مختلف

استفاده کرده‌اند. این امر مانع از توسعه پایداری اجتماعی از دیدگاه دانشگاهی و کاربردی شده است (سینروس - مارتینز و همکاران، ۲۰۱۷).

### گردشگری پایدار قومی

گردشگری اقوام یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری است که به‌منظور مشاهده تفاوت‌های موجود در سبک زندگی مردم در اقصی نقاط جهان انجام می‌گیرد. تماشای شیوه‌های سنتی زندگی و آشنایی با مراسم، جشن‌ها، آیین‌های زندگی و شیوه معیشت اقوام، از جاذبه‌های این بخش از گردشگری به‌شمار می‌رود و در مواردی نیز، خود گردشگران در این شیوه زندگی مشارکت و تجربه‌های غنی‌تری از این رهگذر کسب می‌کنند (وایت فورد و روهانن، ۲۰۱۶). گردشگری قومی به‌عنوان نیروی پیشرانی برای بهبود استانداردهای زندگی جوامع اقلیت و افزایش قدرت چانه‌زنی این جوامع قلمداد می‌شود. مفهوم‌سازی گردشگری پایدار اجتماعی اقوام و مؤلفه‌های عملیاتی آن، از طریق زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تاریخی امکان‌پذیر است. حفاظت از اعتبار و انسجام فرهنگی، صرف‌نظر از زمینه فرهنگی، برای گردشگری قومی پایدار، زیربنایی است. با این حال تحقیقات نشان می‌دهد کسب‌وکارهای گردشگری، بازدیدکنندگان و جوامع قومی به‌عنوان ذی‌نفعان کلیدی در اعتباربخشی به گردشگری قومی، دیدگاه‌های متناقضی در زمینه اعتبار فرهنگی و کالایی شدن آن دارند. فرهنگ‌های اقلیت می‌توانند به‌شدت تحت تأثیر سطوح مختلف حاکمیت و مدیران خارجی باشند که محصولات فرهنگی را انتخاب می‌کنند و نگاه‌های گردشگران را جهت می‌دهند. جوامع محلی، به‌عنوان نیروهای جدیدی در توسعه گردشگری قومی نقش‌آفرینی کرده‌اند و برخی از روستاهای قومی، به‌طور مستقل در حال سازمان‌دهی شرکت‌های گردشگری و ایجاد مناطق گردشگری هستند (ژوانگ و همکاران، ۲۰۱۷).

### روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از منظر فلسفه، از نوع تفسیرگرا، از منظر رویکرد پژوهش از نوع استقرایی، از منظر راهبرد پژوهش از نوع نظریه داده‌بنیاد و از نظر انتخاب روش، از نوع تک‌روشی به‌شمار می‌رود. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، متشکل بر ۸۱ نفر از افراد بومی، خبرگان اجرایی و مدیران کسب‌وکارهای فعال در صنعت گردشگری قومی در مناطق ترکمن‌نشین هستند. به‌علاوه محقق

نیز باید در حوزه گردشگری پایدار قومی دارای تجربه مرتبط و با مفاهیم مربوطه آشنایی کافی داشته باشد. برای مصاحبه با افراد کلیدی، برنامه‌های مصاحبه با افراد و دسترسی به آن‌ها تهیه شد. ماهیت مصاحبه‌ها از نوع ساختاریافته بود. به منظور انتخاب افراد مصاحبه‌شونده، چهار معیار کلیدی بودن، تنوع، شناسایی شدن توسط سایرین و موافقت برای مشارکت در فرایند پژوهش مدنظر قرار گرفت. به منظور انتخاب نمونه، از ترکیب روش‌های هدفمند قضاوتی و روش گلوله‌برفی استفاده شده است که روشی غیراحتمالی است. خبرگان باید دارای تحصیلات دانشگاهی مرتبط با حوزه گردشگری باشند یا حداقل سه سال تجربه فعالیت‌های پژوهشی یا اجرایی در زمینه گردشگری قومی داشته باشند. برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های این پژوهش، از تکنیک پایایی بازآزمون استفاده شد. شاخص ثبات یا پایایی بازآزمون، به میزان سازگاری طبقه‌بندی داده‌ها در طول زمان اشاره دارد. به این صورت که کدگذار، یک متن را در دو زمان متفاوت کدگذاری می‌کند (باون و باون، ۲۰۰۸). در پایایی بازآزمون، تعدادی از مصاحبه‌ها برای نمونه انتخاب و هرکدام از آن‌ها در فاصله زمانی معینی (بین ۵ تا ۳۰ روز) مجدداً کدگذاری شدند. سپس از فرمول زیر، برای تعیین پایایی کدگذاری‌ها استفاده شد:

$$\text{درصد پایایی آزمون} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 100}{\text{تعداد کل کدها}}$$

چنانچه ضریب پایایی محاسبه شده درمورد یک مصاحبه، ۶۰ درصد یا بیشتر باشد، آنگاه می‌توان اظهار داشت که پایایی کدگذاری‌های تحقیق، مورد تأیید است. در این مطالعه، سه مصاحبه (یک مصاحبه از افراد بومی، یک مصاحبه از خبرگان صنعت و یک مصاحبه از گردشگران) انتخاب شد و پژوهشگر هرکدام از آن‌ها را دو بار، در یک فاصله زمانی چهارده‌روزه مجدداً کدگذاری کرد. نتایج این کدگذاری مجدد در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. محاسبه پایایی بازآزمون (شاخص ثبات)

ردیف	کدمصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی آزمون (درصد)
۱	E17	۱۲۹	۶۳	۳	۹۷ درصد
۲	M1	۷۲	۳۵	۲	۹۷ درصد
۳	T3	۷۵	۳۵	۵	۹۳ درصد
	کل	۲۷۶	۱۳۳	۱۰	۹۶ درصد

همان‌طور که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، تعداد کل کدها در فاصله زمانی دوهفته‌ای ۲۷۶ و تعداد کل توافقات بین کدها ۱۳۳ است. با توجه به فرمول پایایی بازآزمون، میزان پایایی بازآزمون ۹۶ درصد است و با توجه به بیشتر بودن آن از حداقل مقدار پیشنهاد شده ۶۰ درصد، می‌توان بیان داشت که مصاحبه از پایایی لازم و کافی برخوردار است.

### یافته‌های پژوهش

کدهای مستخرج از مصاحبه‌های انجام‌شده با ۸۱ نفر از مدیران، گردشگران و افراد بومی فعال در حوزه گردشگری در منطقه ترکمن صحرا طی کدگذاری باز و محوری ارائه شده است. طول زمان مصاحبه‌ها در بین بازه زمانی ۴۲ تا ۹۵ دقیقه متغیر بود و در مجموع ۳۹۵۰ دقیقه مصاحبه و میانگین هر مصاحبه برای هر نفر، حدود ۵۰ دقیقه انجام گرفت. نتایج تحلیل داده‌ها براساس مراحل سه‌گانه کدگذاری ارائه و در مرحله کدگذاری باز، ۱۸۶ گزاره معنادار استخراج شد. هریک از مصاحبه‌ها دارای تعداد متفاوتی از گزاره‌ها بودند؛ به طوری که در یک مصاحبه ۳۶ گزاره معنادار و در مصاحبه دیگری فقط ۵ گزاره معنادار استخراج شد. در کل، به طور میانگین می‌توان گفت هر مصاحبه حدود ۲۸ گزاره معنادار داشته است. در مجموع ۲۸۲۳ گزاره کلامی شناسایی شد که از این تعداد، ۲۲۸۴ گزاره معنادار بودند. از ۲۲۸۴ گزاره معنادار این مصاحبه‌ها، ۳۲۵۵ کد به دست آمد که با حذف موارد تکراری، ۶۳۵ خرده‌مقوله و ۹۲ مقوله محوری یا مقوله هسته‌ای استخراج شد. در جدول ۲، گزاره‌های کلامی معنادار همراه با کدهای مستخرج مربوط به شرایط علی، گزارش شده است. شایان ذکر است که گزاره‌های کلامی شرایط علی در پاسخ به سؤال اول پژوهش استخراج و نظرات هریک از مصاحبه‌شوندگان همراه با کد مربوط به آن‌ها (کد E برای افراد بومی، کد M برای مدیران و کد T برای گردشگران) در کنار گزاره کلامی ارائه شده توسط وی مطرح شد. در مجموع ۹۶ خرده‌مقوله برای بعد شرایط علی مشخص شد. همچنین در جدول کدهای مستخرج مربوط به شرایط مداخله‌گر مؤثر در توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی آمده است. شرایط مداخله‌گر به منزله شرایط ساختاری است که به پدیده توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می‌گذارند. پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان در ردیف‌های مربوط به مصاحبه‌شوندگان، (E, M, T) گزارش شده است. در کل، ۱۱۷ خرده‌مقوله برای شرایط مداخله‌گر شناسایی شد. همچنین جدول شامل کدهای مستخرج مربوط به شرایط زمینه‌ای مؤثر بر اجرای راهبردهای مرتبط با

توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی است. شرایط زمینه‌ای مجموعه مشخصه‌های ویژه‌ای است که به پدیده مورد نظر (توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی) دلالت می‌کند. در واقع شرایط زمینه‌ای، نشانگر مجموعه شرایط خاصی است که در آن راهبردهای کنش و واکنش صورت می‌گیرد. گزاره‌های کلامی معنادار در پاسخ مصاحبه‌شوندگان نیز در جدول گزارش شده است. در نهایت ۲۴ خرده‌مقوله، از ۸۱ مصاحبه انجام‌شده برای شرایط زمینه‌ای احصا شد. به‌علاوه، کدهای استخراج‌شده از آن‌ها درخصوص پدیده مورد مطالعه (توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی) در جدول فهرست شده‌اند. پدیده اصلی مورد مطالعه (توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی)، پدیده مورد نظر محقق است که جریان کنش‌ها و واکنش‌ها به‌سوی آن رهنمون می‌شود تا آن را اداره، کنترل یا به آن پاسخ داده شود. پدیده، اساس و محور فرایند قلمداد می‌شود و در واقع همان مفهومی است که برای چارچوب یا طرح به‌وجودآمده در نظر گرفته می‌شود. جدول ۲ دربرگیرنده گزاره‌های کلامی معنادار و کدهای مستخرج از پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان به سؤال چهارم مصاحبه است. براساس یافته‌ها، پنجاه خرده‌مقوله در زمینه توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی و مؤلفه‌های این تعامل تعیین شد. جدول ۲ دربرگیرنده کدهای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها درخصوص راهبردهای پیشنهادی در قبال توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی است. راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظر (توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی) هستند. راهبردها مقصود دارند، هدفمند دارند و به دلیلی صورت می‌گیرد. شایان ذکر است که همواره شرایط مداخله‌گری نیز حضور دارند که راهبردها را سهولت می‌بخشند یا آن‌ها را محدود می‌سازند. گزاره‌های کلامی معنادار مستخرج از پاسخ‌های مصاحبه، در جدول ۲ ارائه شده است. در مجموع، ۲۸۰ خرده‌مقوله در رابطه با راهبردهای توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی با محوریت قوم ترکمن شناسایی شد. پیامدها نتایج کنش‌ها و واکنش‌ها هستند. شایان ذکر است که پیامدها را همواره نمی‌توان پیش‌بینی کرد و الزاماً همان‌هایی نیستند که افراد قصد آن را داشته‌اند. پیامدها ممکن است حوادث و اتفاقات باشند، شکل منفی به خود بگیرند، واقعی یا ضمنی باشند، و در حال یا آینده به وقوع بپیوندند. همچنین این امکان وجود دارد که آنچه در برهه‌ای از زمان پیامد به‌شمار می‌رود، در زمانی دیگر به بخشی از شرایط و عوامل تبدیل شود. گزاره‌های کلامی معنادار مستخرج از پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، در جدول ۲ گزارش شده است. در کل، ۶۷ خرده‌مقوله برای پیامدهای توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی احصا شد.



درحالی که کدگذاری باز، داده‌ها را به مقوله‌های مختلف تفکیک می‌کند، کدگذاری محوری، مقوله‌ها و زیرمقوله‌های آن‌ها را با توجه به مشخصه‌ها و ابعاد آن‌ها به یکدیگر مرتبط می‌سازد. برای کشف نحوه ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر، محقق از پارادایم استفاده می‌کند. کدگذاری باز با تعیین مفاهیم و مقولات به پایان می‌رسد. در این هنگام، محقق مقولاتی دارد که باید ارتباط آن‌ها را با یکدیگر در پرتو داده‌های واقعی مشخص کند. این اقدام، در مرحله کدگذاری محوری انجام می‌شود. کدگذاری محوری فرایندی است که طی آن داده‌هایی که به مفاهیم و مقوله‌ها تجزیه شده بودند، به شیوه جدیدی بررسی می‌شوند تا از آن میان بتوان بین یک مقوله و مفاهیم موجود در آن و حتی دیگر مقولات پیوند برقرار کرد. خروجی این کار مدل پارادایمی است. در جدول ۲، خرده‌مقوله‌های شناسایی شده در مرحله کدگذاری باز در سمت چپ جدول ۲ گزارش شده است. با دسته‌بندی خرده‌مقوله‌ها، مقوله‌های/مفاهیم مربوط به ابعاد مدل پارادایمی شناسایی شد. در انتها نیز، مقوله‌های دسته‌بندی شده به ابعاد مدل پارادایمی تخصیص یافت (کدگذاری انتخابی). این فرایند در جدول ۲ از سمت چپ به راست انجام شده است.

جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری

مؤلفه مدل پارادایمی	مقوله‌های محوری	مقوله‌های فرعی
	→	→
مفاهیم	گردشگری میراث	جاذبه‌های مذهبی-معنوی منطقه ترکمن صحرا
	گردشگری هنری	جاذبه‌های تاریخی منطقه ترکمن صحرا
	اکوتوریسم	صنایع دستی متنوع و خاص ترکمن صحرا
	گردشگری ورزشی	معماری خاص و متمایز ترکمن صحرا
	گردشگری ادبی	پتانسیل گردشگری مبتنی بر اسب و شتر
	گردشگری غذا	جاذبه‌های طبیعی منطقه ترکمن صحرا
	گردشگری روستایی	بازی‌ها و ورزش‌های سنتی قوم ترکمن
		جاذبه‌های ادبی منطقه ترکمن صحرا
		غذاهای محلی ترکمن صحرا
		جاذبه‌های روستایی منطقه
		پوشش خاص بومیان ترکمن صحرا
		ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی قوم ترکمن
	فولکلور منحصر به فرد قوم ترکمن	

ادامه جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری

مؤلفه مدل پارادایمی	مقوله‌های محوری	مقوله‌های فرعی
	→	→
شرایط مداخله‌گر	زیرساخت‌های گردشگری	وجود زیرساخت‌های سخت‌افزاری وجود زیرساخت‌های نرم‌افزاری
	تأمین مالی و سرمایه‌گذاری	دسترسی فعالان صنعت به حمایت‌ها، تسهیلات و منابع مالی سرمایه‌گذاری در منطقه
	چالش‌های مدیریت و سازمان	تخصیص بودجه و اعتبار به منطقه سوءمدیریت و سوءتصمیم‌گیری فساد سیستماتیک سازمانی
	قوانین و ضوابط گردشگری	سهولت در اخذ مجوزهای قانونی فعالان گردشگری اجرای دقیق قوانین حاکم بر صنعت ترویج منشور اخلاقی-فرهنگی
	زنجیره تأمین محصولات گردشگری	دسترسی به نهاده‌های تولید صنایع دستی قیمت محصولات گردشگری
	کاهش در بازار محصولات گردشگری	عرضه و تقاضای محصولات گردشگری
	مدیریت بحران در صنعت گردشگری	وقوع بحران‌ها و حوادث پیش‌بینی نشده
	همکاری بین دستگاهی	همیاری و تعامل میان نهادهای متولی متولی‌گری نهادهای دولتی و حاکمیتی
	سیاست‌های حاکمیتی و ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی	سیاست‌های حاکمیت در قبال اقلیت‌های قومی-مذهبی شناخت‌های فرهنگی و روان‌شناختی قوم ترکمن مشارکت اجتماعی رسمی و غیررسمی ترکمن‌ها فرهنگ پذیرش گردشگر در جامعه میزبان
	گردشگرپذیری جامعه میزبان	مهمان‌داری غیرتجاری ترکمن‌ها برخوردارانی ترکمن‌ها از اندیشه‌های ثروت آفرین شناخت ترکمن‌ها از ظرفیت‌های مادی و معنوی خود
عوامل زمینه‌ای	ظرفیت‌شناسی	اعتقادات و تعصبات مذهبی ترکمن‌ها
	تعصبات قومی-مذهبی	تعصبات و باورهای قومی ترکمن‌ها
	ثبات فرهنگی	عدم/دستکاری‌شدن فرهنگ جامعه میزبان
	امنیت عمومی	نبود/وجود امنیت و آرامش عمومی
پدیده	ساختار جمعیت	ساختار جمعیتی غیر/پویا
	مهاجرت	مهاجرپذیری بیشتر/کمتر از مهاجرفرستی

ادامه جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری

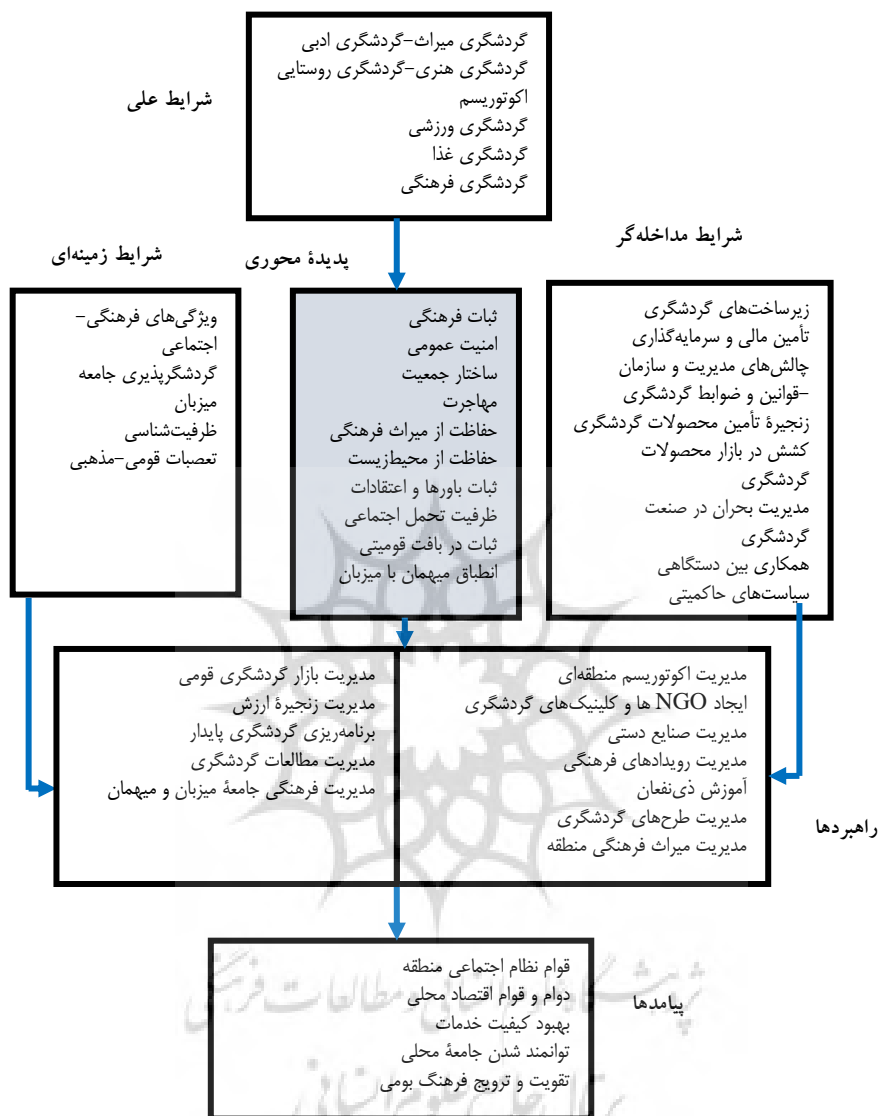
مؤلفه مدل پارادایمی	مقوله‌های محوری	مقوله‌های فرعی
	→	→
	حفاظت از میراث فرهنگی	عدم/حفاظت از میراث فرهنگی
	حفاظت از محیط‌زیست	عدم/حفاظت از محیط‌زیست
	ثبات باورها و اعتقادات	عدم/حفاظت از باورها، اعتقادات و سنت‌ها
	ظرفیت تحمل اجتماعی	نبود/وجود ظرفیت تحمل اجتماعی
	ثبات در بافت قومیتی	عدم/تغییر در بافت قومیتی
	انطباق میهمان با میزبان	عدم/همسویی گردشگر با شرایط جامعه میزبان
	مدیریت اکوتوریسم منطقه‌ای	اجرای طرح گردشگری مبتنی بر شتر
		اجرای طرح گردشگری مبتنی بر اسب
		پیاده‌سازی و توسعه اکوتوریسم در منطقه
		بهره‌برداری از ظرفیت طبیعت‌گردی منطقه
	ایجاد NGOها و کلینیک‌های گردشگری	تأسیس تشکل‌های مردم‌نهاد به منظور تسهیلگری و پایدارسازی
		ایجاد کلینیک‌های کسب و کارهای گردشگری
		مدیریت زنجیره ارزش صنایع دستی
	مدیریت صنایع دستی	راه‌اندازی و مدیریت پایانه‌های صادرات و واردات صنایع دستی
		طراحی و تولید صنایع دستی روزآمد
		برگزاری و مشارکت در نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و مسابقات
	مدیریت رویدادهای فرهنگی	ملی/منطقه‌ای/بین‌المللی
		پاسداشت و تکریم مفاخر و هنرمندان ترکمن
	آموزش ذی‌نفعان	ارائه آموزش در چهار سطح دولت، جامعه محلی، گردشگران، و اپراتورها و فعالان گردشگری
		اجرای گردشگری خلاق
	مدیریت طرح‌های گردشگری	راه‌اندازی تورها، فم‌تورها و کاروان‌های گردشگری
		مدیریت و هدایت اثربخش سرمایه‌گذاری در منطقه
		پیگیری طرح‌های توسعه گردشگری
	مدیریت میراث فرهنگی منطقه	احیای بافت و معماری سنتی منطقه
		ثبت ملی و جهانی کردن میراث ترکمن
		تبلیغات سنتی و دیجیتال هدفمند و ساختاریافته
	مدیریت بازار گردشگری قومی	برندسازی
		بازارشناسی، بازاریابی، و بازاریابی محصولات و خدمات گردشگری
		اطلاع‌رسانی فراگیر

ادامه جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری

مؤلفه مدل پارادایمی	مقوله‌های محوری	مقوله‌های فرعی
→	→	→
	مدیریت زنجیره ارزش	مدیریت زنجیره ارزش گردشگری
	برنامه‌ریزی گردشگری پایدار	ایجاد و مدیریت سایت‌های گردشگری در منطقه برنامه‌ریزی گردشگری منطقه با تأکید بر پایداری برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران خارجی
	مدیریت مطالعات گردشگری	عارضه‌یابی گردشگری اجرا و بهره‌برداری از پروژه‌های مطالعاتی در زمینه ظرفیت‌های منطقه
	مدیریت فرهنگی جامعه	ایجاد زیرساخت‌های فرهنگی گردشگری تولید و ترویج محتوای فرهنگی مختلف در مورد قوم ترکمن
	میزبان و میهمان	توجه به مطالبات جامعه میزبان احیای هویت فرهنگی-بومی
	قوام نظام اجتماعی منطقه	توسعه اجتماعی منطقه مهاجرت نزولی
	دوام و قوام اقتصاد محلی	ارتقای جایگاه و مشارکت زنان در جامعه میزبان توسعه اقتصادی پایدار منطقه رونق بازارهای منطقه رونق صنایع دستی در منطقه رشد کسب‌وکارها در منطقه
	بهبود کیفیت خدمات	افزایش سطح کمی و کیفی خدمات عمومی و گردشگری
	توانمندشدن جامعه محلی	ارتقای سطح دانش و آگاهی جامعه میزبان خودباوری و توانمندشدن روانی بومیان توسعه فرهنگی منطقه
	تقویت و ترویج فرهنگ بومی	مبادله فرهنگی در جامعه میزبان تقویت انسجام فرهنگی در جامعه بازگشت و ترویج فرهنگ بومی-سستی پویایی و خروج از سکون فرهنگی

ت  
ج  
س

نمودار ۱. مدل پارادایمی شامل شرایط محلی، پدیده، زمینه، شرایط مداخله‌ای، راهبرد، پیامدها و روابط میان آن‌ها را نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل پارادایمی توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قوم ترکمن

### بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی مدل توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قوم ترکمن انجام شد. هدف اصلی این پژوهش ارائه یک مدل بومی از برساخت‌های شخصی فعالان، خبرگان و مدیران صنعت گردشگری بود. مدل ارائه‌شده در این پژوهش حاصل تحلیل عمیق ۸۱ مصاحبه از

خبرگان است که در حوزه گردشگری قومی در منطقه ترکمن صحرا خبره و صاحب نظر هستند. از نظر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، بیشتر مصاحبه‌شوندگان (۷۷ درصد) مرد بود. به‌علاوه سطوح تحصیلی مصاحبه‌شوندگان شامل تحصیلات کارشناسی (۲۴ نفر معادل ۳۰ درصد)، دکتری (۱۳ نفر معادل ۱۶ درصد)، کارشناسی ارشد (۳۴ نفر معادل ۴۲ درصد)، و تحصیلات دیپلم و فوق‌دیپلم (۹ نفر معادل ۱۲ درصد) بودند. با مروری بر مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش می‌توان دریافت که این مطالعه اولین مطالعه‌ای است که با استفاده از نظریه زمینه‌ای، مدلی تئوریک برای توسعه گردشگری اجتماعی پایدار قومی ارائه کرده است. با این حال برخی از یافته‌های این پژوهش با تحقیقات قبلی همخوانی دارد؛ برای نمونه رضایی و شاکری (۱۳۹۳) به مقوله بکر بودن طبیعت منطقه به‌عنوان یک پتانسیل مهم در گردشگری قومی، با عنوان جاذبه‌های طبیعی منطقه اشاره کردند. سبک معماری اقلیمی مناطق ترکمن‌نشین نیز به‌عنوان جاذبه دیگری شناسایی شد که قهرمانی (۱۳۹۱) آن را با مفهوم معماری خاص و متمایز ترکمن صحرا تصریح کرد. به‌علاوه مقوله‌های شناسایی شده در راستای یافته‌های تحقیقات پیشین عبارت‌اند از: هویت قومی (حسینی و همکاران، ۱۳۸۹)، داستان‌های حماسی، افسانه‌ها و اسطوره‌های منطقه ترکمن صحرا (کروبی، ۱۳۸۷)، مراسم و سنت‌های خاص فولکلور (رئوف و همکاران، ۱۳۹۴)، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، وجود مدیران مقتدر، توانمند و شیوه مدیریتی آن‌ها (شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶)، وجود برنامه مدیریتی یکپارچه (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، وجود هماهنگی/تعارض میان سازمان‌های ذی‌ربط (کاپرا، ۲۰۱۸)، آگاهی از خواست‌ها و سلیقه‌های گردشگران (کوهن و همکاران، ۲۰۱۸)، موانع سیاسی و تبعیض قائل‌شدن بین مناطق گردشگری (لور و همکاران، ۲۰۱۹)، نقش‌آفرینی سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱)، تیم‌سازی و همیاری مردم منطقه (صفرآبادی و همکاران، ۱۳۹۵)، شبکه‌سازی و مشارکت اجتماعی ترکمن‌ها (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷؛ ژوانگ و همکاران، ۲۰۱۷)، پذیرش/مقاومت جامعه میزبان در برابر میهمان (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱)، عدم/بروز تضاد، تعارض، و تقابل فرهنگی میان جامعه میزبان و مهمان (مارویاما و ووسنام، ۲۰۱۵)، اختلال در آسایش و زندگی بومیان منطقه (شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶)، تخریب زیست‌محیطی و فرهنگی در صورت ورود گردشگر فراتر از ظرفیت منطقه (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷؛ وو و همکاران، ۲۰۱۹)، توجه کامل جامعه محلی و دولت به محیط‌زیست (ضرغام بروجنی و

صداقت، ۱۳۹۷)، آسیب‌دیدن تدریجی باورها و اصالت‌های فرهنگی در منطقه (ژوانگ و همکاران، ۲۰۱۷)، بروز ترافیک‌های فصلی/غیردائمی (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۹)، انجام تبلیغات محتوایی رسانه‌ای مستمر فرااستانی (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، ایجاد و توسعه NGOهای زیست‌محیطی و گردشگری (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱)، بیمه‌کردن تولیدکنندگان صنایع دستی نظیر قالیبافان، سازندگان سازهای محلی، و... (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، ایجاد رقابت سالم در بازار صنایع دستی (شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶)، انتقال تجربیات سایر کشورها به مردم بومی (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۷)، انجام مطالعات توسعه و ظرفیت‌سنجی (ظرفیت تحمل) عرضه و تقاضای گردشگری (لین، ۲۰۱۸)، و نوآوری و به‌روزرسانی موضوعات و محتوای گردشگری (وو و همکاران، ۲۰۱۳). براساس یافته‌های پژوهش می‌توان پیشنهادهایی را به مدیران و تصمیم‌گیرندگان صنعت گردشگری کشور به‌ویژه در منطقه ترکمن‌صحرا به‌منظور دستیابی به یک توسعه پایدار اجتماعی ارائه کرد:

۱. ثبت ملی و جهانی کردن میراث ترکمن از مهم‌ترین راهبردهایی است که باید در دستورکار مدیران صنعت گردشگری قرار گیرد. در این راستا اقداماتی باید صورت گیرد نظیر ثبت ملی کردن میراث ملموس فرهنگی نظیر جاذبه‌ها، بناهای تاریخی، صنایع دستی، پوشاک محلی، ثبت ملی کردن میراث ناملموس فرهنگی مانند آداب و رسوم، آواهای محلی، ثبت جهانی (یونسکو) کردن آثاری نظیر دیوار گرگان و جنگل هیرکانی، و ثبت ملی کردن شهرها و دهکده‌های صنایع دستی؛
۲. به‌عنوان راهبرد پیشنهادی دیگر به مدیران صنعت گردشگری در منطقه ترکمن‌صحرا، می‌توان به تبلیغات سنتی و دیجیتال هدفمند و ساختاریافته اشاره کرد. بدین ترتیب چنین راهبردی مستلزم اقداماتی است از جمله انجام تبلیغات محتوایی رسانه‌ای مستمر فرااستانی، ایجاد وبلاگ‌ها و وبسایت‌های تبلیغاتی، تبلیغات گسترده در سطح جهانی و پیج‌های بین‌المللی، تبلیغات محیطی، تولید مستندهای حرفه‌ای برای تبلیغات جهانی، استفاده از شخصیت‌های فرهنگی تأثیرگذار در تبلیغات، تبلیغات جاذبه‌های ترکمن‌صحرا در سایت میراث فرهنگی، انجام تبلیغات با رویکرد نشان‌دادن واقعیت جامعه محلی، ساخت و پخش تیزرهای تبلیغاتی کوتاه در مورد فرهنگ و تاریخ منطقه ترکمن‌صحرا، تبلیغات برای جذب گردشگران مذهبی (به‌ویژه مسیحی) از کشورهای همجوار، تبلیغات برندهای ترکمن، تبلیغات بخش خصوصی در فضای مجازی، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری برای استفاده از

ظرفیت فضای مجازی، و استفاده از ظرفیت صداوسیما، اپلیکیشن‌ها، و رسانه‌های اجتماعی رایج (اینستاگرام، تلگرام و...) به منظور تبلیغات و معرفی منطقه؛

۳. یک راهبرد اثربخش و کلیدی مورد اقبال بسیاری از خبرگان صنعت، اجرای گردشگری خلاق است. برای تحقق این راهبرد باید اقداماتی صورت گیرد از قبیل مشارکت گردشگر در ساخت کلبه‌های چوبی، مشارکت گردشگران در تولید صنایع دستی نظیر قالببافی، نمدمالی، فرض بافی، زیورآلات، مشارکت گردشگران در بازی‌های بومی مانند قازالجا، آی ترک و گون ترک، مشارکت گردشگران در مسابقات سوارکاری یا زیبایی اسب ترکمن، مشارکت گردشگران در تیمار اسب‌ها در باشگاه‌های سوارکاری، تجربه قمار قانونی برای اسب‌دوانی، مشارکت گردشگران در طبخ غذاهای ترکمنی، مشارکت گردشگران در جشن‌ها و مراسم ترکمن‌ها از جمله عروسی‌ها، عزاداری‌ها و... با رعایت حرمت محلی‌ها، مشارکت گردشگر در ساخت یا نواختن سازهایی مانند دوتار، مشارکت گردشگران در رقص‌های محلی و آیینی ترکمن، شرکت گردشگر در طراحی و دوختن لباس و منسوجات ترکمن، مشارکت گردشگر در پرورش نوقان، شرکت گردشگران در ابریشم‌بافی و حضور گردشگران در چرای گوسفندان؛

۴. در راستای تحقق راهبرد «مدیریت زنجیره ارزش صنایع دستی» نیز اقداماتی به مدیران صنعت گردشگری پیشنهاد می‌شود مانند ایجاد مراکز تخصصی/خانه‌های صنایع دستی در روستاهای هدف، تولید زنده صنایع دستی برای گردشگران، تخصیص محل‌هایی برای تولید و عرضه صنایع دستی در اقامتگاه‌ها و بوم‌گردی‌ها، راه‌اندازی کارگاه‌های کارآفرینی برای صنایع دستی، شیرینی‌های سنتی، زیورآلات سنتی و...، ایجاد فروشگاه‌های تخصصی صنایع دستی نزدیک جاذبه‌ها، راه‌اندازی فروشگاه‌های آنلاین صنایع دستی یا غذای سنتی ترکمن، تأمین مکان و تجهیزات لازم برای کارگاه‌های صنایع دستی، تأکید بر کیفیت صنایع دستی به جای کمیت آن‌ها، بهبود تنوع و کیفیت صنایع دستی عرضه‌شده در بازارچه‌های سنتی، ایجاد و توسعه بازارچه‌های دائمی و مناسبی صنایع دستی، خرید تضمینی صنایع دستی ترکمن‌ها توسط دولت، اقامتگاه‌دارها یا پشتیبان‌ها، بیمه کردن تولیدکنندگان صنایع دستی نظیر قالببافان، سازندگان سازهای محلی و...، تشکیل شرکت‌های تعاونی صنایع دستی، معرفی فروشگاه‌های صنایع دستی در کاتالوگ‌های میراث فرهنگی و گردشگری، حذف واسطه‌های بین تولیدکننده و مشتری، و عرضه مستقیم صنایع دستی،



ایجاد صنایع بسته‌بندی برای محصولات منطقه ترکمن و ساماندهی تولید و فروش صنایع دستی؛

۵. توسعه گردشگری پایدار اجتماعی قومی با اتخاذ راهبرد «پیاپیاده‌سازی و توسعه اکوتوریسم در منطقه» تسهیل می‌شود. بدین ترتیب باید اقداماتی صورت گیرد از جمله ایجاد مزارع کار و زندگی در کنار بوم‌گردی‌ها، ارزیابی توانمندی و برنامه‌های متقاضیان بوم‌گردی، گنجاندن ساختار و ویژگی‌های فرهنگ ترکمن در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، استفاده بوم‌گردی‌ها از آلچیق‌های سنتی به جای آهنی، رعایت شرایط و پروتکل‌های بوم‌گردی توسط گردشگر یا صاحب بوم‌گردی، استانداردسازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی و انطباق با فرهنگ منطقه، استفاده از ظرفیت بوم‌گردی برای تبلیغ صنایع دستی مانند لباس‌های سنتی، اجرای آیین‌ها و رسوم ترکمن در بوم‌گردی‌ها از جمله لالایی زنان، ذکر خنجر، بازی‌های محلی، برگزاری جشنواره‌های آیینی-فرهنگی نظیر نوروزی، ازدواج اقوام، لالایی اقوام در بوم‌گردی‌ها، استفاده از نیروی کار و مصالح بومی برای توسعه پروژه‌های بوم‌گردی، تقویت بوم‌گردی‌ها با استفاده از امکانات محلی، و توسعه بوم‌گردی‌ها در روستاهای هدف به سبک زندگی سنتی عشایر ترکمن؛

۶. دیگر راهبرد اثربخشی که می‌توان برای صنعت گردشگری در منطقه ترکمن صحرا تدوین کرد، «برگزاری و مشارکت در نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، و مسابقات ملی/منطقه‌ای/بین‌المللی» است. این راهبرد مستلزم تخصیص غرفه به ترکمن‌ها در جشنواره‌ها، اختصاص غرفه رایگان در نمایشگاه‌های خارجی، شرکت رایگان هنرمندان صنایع دستی در نمایشگاه خارجی، حضور ترکمن‌ها در جشنواره‌های موسیقی، غذا و صنایع دستی، برگزاری کارگاه‌های آموزش صنایع دستی در حاشیه نمایشگاه‌ها، اعطای تسهیلات به برگزارندگان جشنواره‌های ترکمن، شرکت ترکمن‌ها در نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و مسابقات ملی/منطقه‌ای/بین‌المللی اقوام، اتخاذ اقداماتی به منظور غیرتکراری و یکنواخت‌شدن جشنواره‌های قومی، برگزاری جشنواره‌های ملی و بین‌المللی اقوام با مشارکت بخش خصوصی، برگزاری سالانه یا فصلی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های ملی/منطقه‌ای/بین‌المللی غذاهای محلی، آداب‌ورسوم، موسیقی، صنایع دستی، بازی‌های بومی، اسب اصیل و فرش ترکمن، برگزاری رویداد در کشورهای همسایه، برگزاری نمایشگاه عکس‌ها، کتاب‌ها و نویسندگان قدیمی، برگزاری جشنواره‌های فرهنگ و اقتصاد روستا، حضور در جشنواره‌های روستایی-عشایری و کمپ‌های نوروزی

ترکمن صحرا، برپایی روزهای خاص نظیر روز برداشت هندوانه اترک، روز برداشت خربزه، جشن گندم، برگزاری جشنواره پسته‌های وحشی، برگزاری مسابقات رقص ترکمن، برگزاری مسابقات طراحی لباس ترکمن، برگزاری هم‌زمان نمایشگاه‌های عرضه صنایع دستی با مسابقات سوارکاری، برگزاری نمایشگاه در فصول گردشگری، برنامه‌ریزی برای نمایشگاه‌های گردشگری، و پررنگ کردن جشنواره‌های تخصصی نظیر صنایع دستی، موسیقی، و خوراک و نظارت بر آن‌ها؛

۷. به‌عنوان راهبرد پیشنهادی دیگر، می‌توان به طراحی و تولید صنایع دستی روزآمد اشاره کرد که در راستای آن باید به مواردی پرداخت از جمله طراحی و تجاری‌سازی محصولات صنایع دستی مطابق با سلیقه روز بازارهای درون و برون‌مرزی، طراحی و دوخت لباس‌های امروزی با استفاده از طرح‌های سنتی ترکمن، کاربردی‌سازی صنایع دستی به‌جای دکوری یا لوکس‌بودن، استانداردسازی صنایع دستی براساس بازار هدف، به‌روزرسانی برخی سنت‌ها توسط اهل فن، و تلفیق هنرهای سنتی ترکمن با هنرهای مدرن؛

۸. راهبرد دیگر، تولید و ترویج محتوای فرهنگی مختلف درمورد قوم ترکمن است. در این راستا و به‌منظور ترویج گردشگری قومی در منطقه ترکمن صحرا اقداماتی پیشنهاد می‌شود نظیر تولید محتوایی مانند کتاب یا تصاویر خلاقانه درباره هنرها و فرهنگ ترکمن، تهیه اطلس گردشگری براساس ظرفیت‌ها و نیازهای منطقه، تولید محتوا درخصوص کاربردهای مختلف صنایع دستی، تولید محتوا درمورد طایفه‌های قوم ترکمن، آداب و رسوم و تعاملات آن‌ها، تدوین کتب آموزش آداب و سنن و زبان‌شناسی اقوام، جمع‌آوری تاریخ شفاهی منطقه، تولید و پخش فیلم‌های مستند درباره منطقه ترکمن صحرا، ایجاد سایت به‌منظور انتشار اخبار، مستندسازی از بوم‌گردی‌ها، روایتگری موضوعات در فرهنگ ترکمن، تولید و انتشار ویدیوهایی از جاذبه‌های گردشگری ترکمن صحرا، عکاسی از ظرفیت‌های گردشگری و ارائه آن‌ها در قالب کارت‌پستال یا تابلو، تولید محتوای فرهنگی تلفیقی از سنت و مدرنیته، حمایت مالی از رسانه‌های نوشتاری، تعریف الگویی برای بخش‌بندی فرهنگ‌ها و تعاملات اقوام کشور، نوآوری و به‌روزرسانی موضوعات و محتوای گردشگری، و تولید و انتشار پوسترها، کاتالوگ‌های و بروشورهای چندزبانه درمورد ظرفیت‌های قوم ترکمن.

## منابع

- ≠ حسینی، مرتضی، منشی‌زاده، رحمت‌الله، رضویان، محمدتقی و پگاه مریدالسادات (۱۳۹۸)، «واکاوی موانع گردشگری روستایی برای رسیدن به توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینانه (مورد مطالعه: شهرستان کیار استان چهارمحال بختیاری)»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۳: ۶۰۹-۶۳۷.
- ≠ رضایی، محمدرضا و یونس شاکری (۱۳۹۳)، *بررسی فرصت‌ها و چالش‌های تنوع فرهنگی گردشگری قومی در توسعه گردشگری ایران*، اولین همایش بین‌المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها، پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی.
- ≠ رثوف، آزاده، اکبری، فریبا و ارسلان رثوف (۱۳۹۴)، *حفظ و احیای بازی‌های محلی در توسعه صنعت گردشگری قومی و فرهنگی تالش*، همایش ملی تالش شناسی، رشت، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گیلان.
- ≠ زردان، میثم و مسلم منصوربهنی (۱۳۹۴)، *گردشگری روستایی و اصول توسعه گردشگری پایدار*، همایش ملی عمران و معماری با رویکردی بر توسعه پایدار، مردادماه ۱۳۹۴، فومن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فومن و شفت.
- ≠ سرایی، محمدحسین، نوری، محبوبه و زهرا آسیابانی (۱۳۹۷)، «راهبرد توسعه گردشگری پایدار در شهر نیریز با استفاده از تحلیل استراتژیک SOAR»، *کاوش‌های جغرافیایی مناطق بیابانی*، شماره ۱: ۷۴-۵۱.
- ≠ شاطریان، محسن، غلامی، یونس و محمد میرمحمدی (۱۳۹۶)، «ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری پایدار شهری (مورد مطالعه: شهر کاشان)»، *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، شماره ۴۶: ۱۹۵-۲۲۴.
- ≠ ضرغام بروجنی، حمید و مریم صداقت (۱۳۹۷)، «مدل فرایندی توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران: نظریه‌ای داده‌بنیاد بر برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی»، *فصلنامه گردشگری و توسعه*، شماره ۳: ۲۵-۷۳.
- ≠ علی نژاد، منوچهر و ابوالفضل مرشدی (۱۴۰۰)، «فاصله اجتماعی و خصیصه اقتصادی سنجش رابطه فاصله اجتماعی و خصیصه اقتصادی در نگرش گردشگران و کسبه مقیم یزد به یزدی‌ها»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۲: ۴۴۳-۴۶۹.
- ≠ Bowen, C. C., & Bowen, W. M. (2008). Content Analysis; In Kaifeng Yang and Gerald J. Miller, Handbook of research methods in public administration, Taylor & Francis Publications.

- ≠ Cisneros-Martínez, J. D., McCabe, S., & Fernández-Morales, A. (2017). The contribution of social tourism to sustainable tourism: a case study of seasonally adjusted programmes in Spain, **Journal of Sustainable Tourism**, DOI: 10.1080/09669582.2017.1319844
- ≠ Coroş, M., Gică, O., Yallop, A., & Moisescu, O. (2017). Innovative and sustainable tourism strategies: A viable alternative for Romania's economic development, **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, No. 5: 504-515.
- ≠ Kuhn, E., Haselmaier, R., Pirker, H., & Vogl, C. (2018). The role of ethnic tourism in the food knowledge tradition of Tyrolean migrants in Treze Tílias, SC, Brazil, **Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine**, No. 26: 1-12.
- ≠ Latkova, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. **Journal of Travel Research**, Vol. 51 No. 1, pp. 50-67.
- ≠ Lor, J. J., Kwa, S., & Donaldson, J. A. (2019), Making ethnic tourism good for the poor, **Annals of Tourism Research**, No. 2: 140-152.
- ≠ Martinez, J. M. G., Martin, J. M. M., Fernandez, J. A. S., & Mogorron-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism, **Journal of Business Research**, No. 1: 165-174.
- ≠ Nunkoo, R., Smith, S.L.J., & Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. **Journal of Sustainable Tourism**, No. 1: 5-25.
- ≠ Perdue, R.R., Long, P.T., & Allen, L. (1990). Rural Resident Tourism Perceptions And Attitudes By Community Level Of Tourism. **Journal of Travel Research**, No. 3: 3-9.
- ≠ Whitford, M., & Ruhanen, L. (2016). Indigenous tourism research, past and present: Where to from here? **Journal of Sustainable Tourism**, No. 8-9: 1080-1099.
- ≠ Wu, K. J., Zhu, Y., Chen, Q., & Tseng, M. L. (2019). Building sustainable tourism hierarchical framework: Coordinated triple bottom line approach in linguistic preferences, **Journal of Cleaner Production**, No. 3: 157-168.
- ≠ Zhang, H. Q., Fan, D. X. F., Tse, T. S. M., & King, B. (2017). Creating a scale for assessing socially sustainable tourism, **Journal of Sustainable Tourism**, No. 1: 61-78.
- ≠ Zhuang, L., Taylor, T., Beirman, D., & Darcy, S. (2017). Socially sustainable ethnic tourism: a comparative study of two Hakka communities in China, **Tourism Recreation Research**, DOI: 10.1080/02508281.2017.1338817.