

واکاوی ظرفیت‌های مغفول مانده گردشگری عشایری در ناحیه رضوانشهر

فرهاد جوان* - دکتری گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.
سیروس حجت‌شمامی - دانشجوی دکتری گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۲ خرداد ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۲۲ شهریور ۱۴۰۱

چکیده

مقدمه: ترکیب اجتماعی جامعه ایران را سه جمعیت متمایز شهری، روستایی و عشایری تشکیل می‌دهد. با توجه به این مهم که ایران با سابقه کهن دارای قومیت‌های متفاوت است، در این راستا دارای بستر بسیار مناسبی برای برنامه‌ریزی انواع گردشگری است و با توجه به اینکه از معدود کشورهایی است که کوچ همچون گذشته در آن جریان دارد و هنوز عشایر ایران سنت‌های خویش را برپا می‌دارند، می‌تواند محمل مناسبی برای گردشگری عشایری باشد، در این میان قلمرو عشایری با جاذبه‌های طبیعی، منابع و پتانسیل‌های سنتی، فرهنگی و زیست‌محیطی، فرصت بزرگی در توسعه گردشگری عشایری، در ایران به شمار می‌رود.

هدف پژوهش: هدف تحقیق حاضر، بررسی و واکاوی ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایری ناحیه رضوانشهر می‌باشد.

روش‌شناسی تحقیق: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش کیفی و کمی می‌باشد، و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش تئوری زمینه‌ای و مدل‌های (FBMW, FARAS)، استفاده شد. همچنین جامعه آماری در پژوهش حاضر، شامل خبرگان گردشگری، عشایری و روستایی می‌باشند که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد (۴۵)، نفر تعیین شدند.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: شهرستان رضوانشهر، در شمال غربی ایران بین سواحل دریای خزر و رشته کوه‌های تالش قرار دارد و از دو بخش جلگه‌ای و کوهستانی تشکیل شده است. این شهرستان از شمال به دریای خزر و شهرستان تالش، از غرب به شهرستان خلخال، و از جنوب به شهرستان‌های صومعه سرا و ماسال و در نهایت از شرق با شهرستان بندرانزلی مرز مشترک دارد.

یافته‌ها و بحث: یافته‌ها نشان می‌دهد که اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایری، محصولات و تولیدات منحصر به فرد از سوی عشایر، فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر، نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری در رضوانشهر، از دیدگاه متخصصان مورد شناسایی قرار گرفته شد، در نهایت نتایج مدل‌های فازی نشان داد، بین مقولات مطرح شده، محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر با وزن نهایی ۰/۳۵۰، بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند.

نتایج: شناسایی ظرفیت‌های مغفول مانده گردشگری عشایری، بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد است و راهبردی برای حفظ محیط زیست و فرهنگ سنتی عشایر و منبعی مکمل و متنوع‌ساز در اقتصاد عشایر و در نتیجه سیاستی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی جوامع عشایری ناحیه رضوانشهر قلمداد می‌شود.

کلیدواژه‌ها: ظرفیت‌های مغفول، گردشگری عشایر، ناحیه رضوانشهر.

مقدمه

یکی از مهمترین چالش‌های برنامه‌ریزی در جوامع انسانی، مخصوصاً جوامع محلی (عشایر)، که کانون تمرکز فقرا در کشورهای در حال توسعه است، تامین معیشت در راستای نیل به توسعه پایدار است (میانی و کرمی‌دهکردی، ۱۴۰۰) و برای رسیدن به توسعه پایدار نیازمند حرکت سریع از الگوهای معیشتی سنتی به الگوهای پایدار معیشتی در جوامع محلی است که متناسب با نیازهای جامعه امروزی باشند (میانی و کرمی‌دهکردی، ۱۴۰۰). محرومیت یکی از ویژگی‌های مشترک افراد بومی و عشایری در تمامی نقاط جهان است، و اغلب در برنامه‌ریزی‌های تاثیرگذار بر ایجاد اشتغال افراد این جوامع نادیده گرفته می‌شود (Desbiolles et al, 2014). در این بین، برای رفع محرومیت عشایر و ایجاد معیشت پایدار گزینه‌های متنوع اقتصادی مطرح شد، یکی از این گزینه‌ها استفاده از گردشگری عشایری با توجه به قابلیت‌های آن برای جذب گردشگران علاقمند است (ضیائی و همکاران، ۱۴۰۰).

در این راستا، امروزه گردشگران انعطاف‌پذیر، به محیط حساس‌تر، ماجراجوتر و برای جستجوی تجارب راغب‌تر شده‌اند. از این رو سفرها هر روز متنوع‌تر، دورتر و بیشتر به مقصدهای جدید متمایل می‌شوند (Wu, Li and Li, 2018)، یکی از این حوزه‌های جدید، گردشگری عشایری است که به جمعیت عشایری مختلف توجه دارد، با توجه به اهمیت و ارزش گردشگری در ایران، استفاده از ظرفیت‌های گردشگری عشایری به عنوان یک مقصد کمتر تجربه شده در جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی مطرح است تا حداکثر ظرفیت میراث فرهنگی عشایر به طور کامل معرفی شوند (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹). گردشگران عشایری می‌توانند در جریان تولید و بازتولید مکان، فضا و محصول قرار گیرند و با جامعه محلی تعامل داشته باشند، بنابراین ویژگی‌های کالبدی و فرهنگی عشایر می‌تواند در قالب نمادهای بصری به گردشگران منتقل شوند و آنها با زندگی عشایر ارتباطی معنادار برقرار کنند (ایمانی طیبی و همکاران، ۱۳۹۷). به سخن دیگر، با توجه به اینکه گردشگران فعلی بیشتر به دنبال تجارت هستند تا محصولات (Moon and Han, 2019)، و همچنین گردشگران به دنبال خاطرات عاطفی، احساسات و نمادهایی هستند که در تلفیق با یکدیگر، یک تجربه شخصی کلی و ماندگار ایجاد می‌کنند (Pin and Gilmore, 1998, Wu, Cheng and Ai, 2018). بنابراین، در دنیای پرزرق و برق امروزی زیست ساده اما سرشار از صداقت عشایر نشینان برای مردمان شهرنشین و گردشگران می‌تواند جذاب باشد، چرا که هم‌نشینی با مردمانی مردم نواز و طبیعتی بکر آرامشی کم نظیر را نصیب گردشگران می‌کند، به همین دلیل رونق گردشگری عشایر افزون بر حفظ سنت‌های زندگی مردمان عشایر از جمله کشور ایران و افزایش تولید می‌تواند زیرساختی برای درآمدزایی و اشتغال نیز باشد.

در این راستا، عشایر ایران در مناطق مختلفی در کشور پراکنده هستند و همین پراکندگی جغرافیایی و اقلیمی باعث شده است فرهنگ، گویش، آداب و رسوم، پوشش و حتی نوع کوچ (عمودی و افقی) در هر گروه کوچ نشین متفاوت باشد و از این حیث جامعه عشایری استان گیلان نیز سیمای متنوع و گوناگونی دارد که این امر موجبات پویایی و تنوع چشمگیری در گردشگری عشایری این استان شده است. در این بین، جلوه‌های طبیعی و انسانی موجود در محیط زندگی عشایر رضوانشهر، این گروه را به عنوان یکی از جاذبه‌های خاص و چشمگیر گردشگری مطرح کرده است. کوچ عشایر این منطقه همواره یکی از زیباترین جاذبه‌های گردشگری در این شهرستان محسوب می‌شود، عشایر و نوع زندگی آنها، زبان، موسیقی، غذاهای محلی، پوشاک، ترانه، صنایع دستی، رقص و لباس‌های محلی به همراه آیین‌هایی مانند جشن‌های محلی و عروسی مواردی بوده که همیشه مشتاقان بسیاری را به سوی خود دعوت کرده است، ولی با وجود داشتن این همه ظرفیت و ۲۱۸ خانوار جمعیت کوچنده ظرفیت‌های مغفول زیادی در زمینه گردشگری عشایری وجود دارد که در صورت توجه می‌تواند منجر به فرصت‌های شغلی جدید و افزایش درآمد برای اهالی عشایر نشین این شهرستان شود. در این بین، آنچه در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفته به شرح سؤال ذیل است:

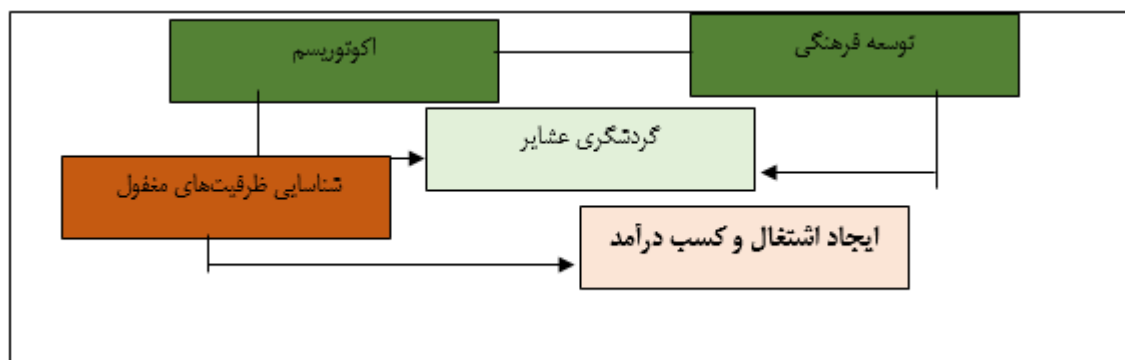
- مجموعه ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایر در رضوان شهر چه می‌باشند؟ و کدام یک بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده است؟

نواحی عشایری عموماً از سطوح درآمدی پایین، عدم اشتغال به فعالیت‌های مختلف اقتصادی به غیر از دامپروری، توسعه‌ی کم زیرساخت‌ها، کاهش جمعیت به دلیل مهاجرت به شهرها، کاهش نیروی کار و عدم وجود سیاست توسعه‌ی اقتصادی مشخص رنج می‌برند (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۲۰۱۱). در این راستا، جامعه عشایری با بهره‌گیری از برخی عوامل و منابعی که در سطوح بالادست یا موازی معیشت عشایری وجود دارد، می‌تواند با بعضی از مشکلات خود مقابله کند که یکی از این فرصت‌ها، توجه به پتانسیل‌های این جامعه برای توسعه گردشگری است (Ziaee et al, 2017). توسعه‌ی گردشگری در این مناطق می‌تواند به کاهش و از بین بردن مشکلات کمک کرده و زمینه‌ساز رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و کسب درآمد، کاهش مهاجرت‌های خارجی و امکان جمعیت‌پذیری از طریق مهاجرت معکوس، بهبود

زیرساخت‌ها و موارد دیگر شود. گردشگری در این منطقه به عنوان راهبردی برای توسعه نواحی عشایری تفکر نسبتاً جدیدی است که سیاستگذاران به اهمیت آن پی برده و از آن برای توسعه‌ی متوازن منطقه، ایجاد درآمد و اشتغال و ... با استفاده از جذب گردشگر، مخصوصاً گردشگران بین‌المللی استفاده می‌نماید (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۲۰۱۱).

گردشگری عشایری سبک نسبتاً جدید از گردشگری است که در آن گردشگران می‌توانند در یک دوره زمانی معین در پهنه و قلمرو زیستی گروه‌های ایلی و کوچ رو به سفر بپردازند. این نوع گردشگری شامل گردشگرانی است که به دنبال تماس چهره به چهره با مردم بومی و محلی هستند و نیز کسانی که به دنبال تجربه مستقیم فرهنگ میزبان و محیط زیست هستند را شامل می‌شود. تحقیقات نشان داده است که قومیت و فرهنگ در جامعه میزبان جاذبه اصلی این نوع گردشگری است. در بسیاری از مناطق از این نوع گردشگری به خاطر نقش گردشگری در حفاظت از ساختار فرهنگی، منابع طبیعی و فرهنگی و تأثیرات مثبت اقتصادی آن استقبال شده است (Zhuang et al, 2017). تقویت جاذبه‌های گردشگری و در نظر گرفتن ظرفیت‌های طبیعی، اجتماعی و فرهنگی عشایر، می‌تواند به عنوان یک محصول گردشگری برای ترویج گردشگری مورد استفاده قرار گیرد (Pakrah et al, 2020). فرهنگ‌های محلی، میراث و جشنواره‌های فرهنگی، محصول منحصر به فرد و جدیدی از دید گردشگری است، زیرا مقصدهای مختلف دارای فرهنگ‌ها، میراث و جشنواره‌های فرهنگی مختلفی هستند. ساکنین محلی محصولات گردشگری خود را بسیار بهتر از محصولات خارجی می‌دانند و می‌توانند از نظر ارتقاء یک مقصد، نقش مهمی ایفا نمایند (Dogra and Gupta, 2012, 131). گردشگری عشایری، نقش مهمی در کاهش نابرابری از طریق خرید کالاها و خدمات جامعه عشایری ایفا می‌کند و چشم‌اندازهای طبیعی در این مناطق در جذب گردشگر موثر بوده و همراه با مردم محلی به عنوان کاتالیزور برای جذب گردشگران عمل می‌کنند (Verma and Murdia, 2017, 388). بازدید از جوامع عشایری، تجربه‌های بسیار منحصر به فردی به گردشگران ارائه می‌کنند و جذب گردشگران چنین بازاری مطلوب است، زیرا گردشگران علاقمند این نوع گردشگری، اغلب زمان و پول بیشتری را در مقصد صرف می‌کنند و پتانسیل توسعه گردشگری با تعداد کم گردشگران در مقابل منافع اقتصادی بیشتر را ارائه دارند (Tilloston, 2013, 50).

گردشگری عشایری ترکیبی از اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۴۰۰)، بنابراین توسعه جوامع عشایری از طریق اکوتوریسم تحقق می‌پذیرد. به این دلیل، اولاً ارتباط معنادار بین اکوتوریسم و توسعه جوامع عشایری در مناطق کمتر توسعه یافته وجود دارد (Coria and Calfucura, 2012). ثانیاً، اکوتوریست‌ها عموماً دید مطلوبی نسبت به تأثیرات مثبت دارند و از طریق حمایت از خدمات محلی و احترام به سنت‌های جامعه میزبان در این زمینه متمرکز و متمرک‌تر واقع می‌شوند (West and carrier, 2004). همچنین قابل ذکر است، در گردشگری عشایری، نوع زندگی مردمان مناطق عشایرنشین به همراه آداب و رسوم و سنت‌ها و آئین‌های آنان مورد توجه گردشگران است و این موارد در انتقال آرامش به روحیه گردشگران موثر است (Korkeh abadi and Mostakhdemin, 2011). در واقع شیوه زندگی کوچ‌نشینی و نیمه کوچ‌نشینی، چشم‌اندازهای اکولوژیکی، اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی متفاوتی را پیش روی گردشگران قرار می‌دهد. تا جایی که این سبک از زندگی در تمام جنبه‌ها اعم از سکونتگاه، شیوه معیشت، غذاهای محلی، آداب و رسوم و فرهنگ (بازی‌های محلی، لباس‌ها و رقص‌های محلی) برای گردشگران جذابیت دارد. از سوی دیگر، نحوه کوچ، آداب و رسوم کوچ، زمان کوچ، مسیر حرکت و مدت کوچ، به همراه روابط قومی و قبیله‌ای عشایر و تیره‌بندی آنها، از موضوعات جالب برای گردشگران است. (Zaybarast and et al, 2015)، و این در حالی است که بسیاری از کشورها از جمله مغولستان به دلیل شهرت در زندگی کوچ‌نشینی، با استفاده از این پتانسیل در حال تبدیل شدن به قطب اصلی گردشگری عشایر در جهان است اما در ایران این ظرفیت هنوز مغفول مانده است. عشایر ایران در مناطق مختلف در کشور پراکنده هستند و همین پراکندگی جغرافیایی و اقلیمی باعث شده است، فرهنگ، گویش، آداب و رسوم، پوشش و حتی نوع کوچ در هر گروه کوچ‌نشینی متفاوت باشد و از این حیث جامعه عشایری ایران سیمای متنوع و گوناگونی را نسبت به سایر کشورها دارد که این امر موجبات پویایی و تنوع چشمگیری در گردشگری عشایری شده است (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

در راستای مطالعات صورت گرفته تاکنون پژوهشی در سطح داخلی و خارجی به طور عام و همچنین به طور خاص در منطقه رضوان‌شهر، در راستای شناسایی ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایر مشاهده نشده است. ولی در این قسمت از پژوهش سعی شد به بررسی مطالعاتی که همپوشانی و همخوانی با موضوع پژوهش دارند، پرداخته گردد، که به شرح ذیل مطرح شد:

ایمانی طیبی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان، شناسایی ظرفیت‌های گردشگری عشایری با استفاده از مدل سوات (مورد مطالعه: عشایر قشقایی)، به این نتایج دست یافتند، راهبرد تهاجمی به عنوان اولویت‌دارترین راهبرد شناخته شد و همچنین نتایج نشان داد، عشایر قشقایی دارای پتانسیل‌های بالایی دارد. زارعی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان، تاثیر ظرفیت پذیرش اجتماعی گردشگری عشایری در توسعه پایدار (ایل قشقایی تیره هیبت لو)، به این نتایج دست یافتند، شاخص‌های جمعیت، اشتغال، مسیرهای گردشگری، رفاه، امنیت و اثرات روانشناختی که در ظرفیت پذیرش اجتماعی منطقه عشایری تیره هیبت لو، تاثیرات مستقیم و معناداری بر توسعه پایدار گردشگری دارند. انصاری و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی تحت عنوان، اثر توسعه گردشگری عشایری بر شاخص‌های معیشت پایدار مرتعداران (مطالعه موردی: مناطق عشایری لار، البرز مرکزی)، به این نتایج دست یافتند، از دیدگاه کارشناسان، سرمایه طبیعی و اکولوژیکی با وزن نهایی ۰/۳۵، و از دیدگاه بهره‌برداران، سرمایه اقتصادی با وزن نهایی ۰/۳۹ بیشترین تاثیرپذیری را از توسعه گردشگری عشایر به خود اختصاص داده‌اند. بخشی‌نژاد (۱۳۹۹)، در پژوهشی تحت عنوان، تبیین ظرفیت‌های گردشگری برای توسعه مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری، به این نتایج دست یافتند، مهمترین ظرفیت‌های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، مناطق بکر طبیعی، آب و هوای مطبوع و به ویژه جذابیت‌های زندگی بکر عشایری و مهمترین ضعف صنعت گردشگری در این مناطق، نبود برنامه‌ریزی، کمبود امکانات اقامتی و بهداشتی و ضعف فرهنگ گردشگری است. همچنین از بین روستاهای مورد مطالعه، روستاهای سراقا سید، شیخ علی خان، دیمه، اورگان و آتشگاه به ترتیب قابلیت بیشتری دارند. رکن الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی تحت عنوان، عوامل موثر بر توسعه گردشگری تجربه‌محور در مناطق عشایری (مورد مطالعه: عشایر قشقایی)، به این نتایج دست یافتند، بین مولفه‌های ملموس فرهنگی، ادراک حس مکان، ناملموس فرهنگی، کیفیت ادراک شده با تجربه ادراک شده گردشگران رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. ضیائی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی تحت عنوان، طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، به این نتایج دست یافتند، توانمندسازی جامعه عشایری با قرار گرفتن در بچ اول ماتریس به عنوان کلیدی‌ترین متغیر دوجبهی، یکی از مهمترین پیشران‌های توسعه گردشگری عشایری به شمار رفته و تقویت و توسعه آن باید در اولویت سیاستگذاری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری عشایری قرار گیرد. عباسی و نظری‌زاده دهکردی (۱۴۰۱)، در پژوهشی تحت عنوان، واکاوی موانع و تنگناهای توسعه بوم‌گردی عشایری (مورد مطالعه: عشایر استان چهارمحال و بختیاری)، به این نتایج دست یافتند، موانعی از جمله: ضعف زیرساخت‌ها، ضعف حمایت‌های دولتی، محدودیت‌های زیست محیطی، ضعف سرمایه اجتماعی و فرهنگی و ضعف سازوکار جذب گردشگری جزء تنگناهای توسعه بوم‌گردی محسوب می‌شوند. هولویی و همکاران (۲۰۱۱)، در پژوهشی رابطه بین گردشگری عشایر و انواع دیگر گردشگری در استرالیا رو مورد بررسی قرار داده‌اند، در این پژوهش با استفاده از تجزیه و تحلیل از کار میدانی قوم‌نگاری با گردشگران ارشد در مناطق روستایی و دورافتاده استرالیا نشان دادند که گردشگری عشایر اخلاقی‌تر از دیگر گردشگران قرار دارد، و همچنین پویا و تغییرپذیر می‌باشد.

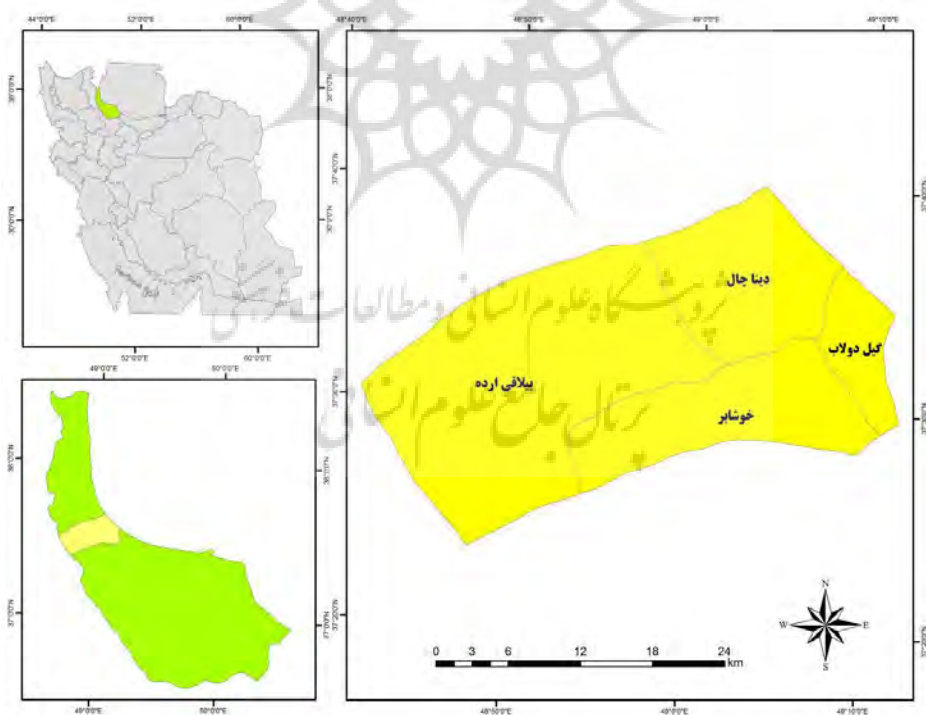
روش پژوهش

روش تحقیق در پژوهش حاضر از نوع کیفی-کمی بوده و بر اساس هدف از نوع کاربردی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش شامل متخصصین و دانش‌آموختگان رشته جغرافیای روستایی و گردشگری می‌باشند که نمونه‌گیری از میان آنها به صورت هدفمند (تا زمان به اشباع رسیدن نتایج) انجام شده است، که تعداد ۴۵ نفر به عنوان جامعه نمونه تعیین شدند.

پژوهش حاضر از نظر روش‌شناسی، به دو بخش عمده تقسیم شده است. در بخش اول اختصاص به استخراج مجموعه ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایری در ناحیه رضوانشهر است که از رویکرد نظریه زمینه‌ای یا داده بنیاد، (از رویکردهای راهبرد کیفی) می‌باشد (گروت و وانگ، ۱۳۹۱، ۱۸۰). استفاده شده است. همچنین به دلیل اینکه، نظریه بنیانی، ذاتاً تعمیم‌پذیری آماری ندارد و دارای تعمیم‌پذیری مفهومی است برای دقت بیشتر در یافته‌ها، از روش دلفی استفاده شد. اما با توجه به اینکه برای موضوع مورد نظر، پرسشنامه استاندارد وجود ندارد لذا ابزار سنجش این تحقیق، ابزار محقق ساخته است که فاقد اطمینان‌اند و محقق می‌بایست از روایی و پایایی آن مطمئن شود. در بخش دوم پژوهش به منظور میزان اهمیت هر یک از ظرفیت‌ها از مدل‌های فازی (FBMW و FARAS) استفاده شده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان رضوانشهر یکی از شهرستان‌های استان گیلان در شمال ایران است، که با مساحت ۷۴۸ کیلومتر مربع در فاصله ۶۲ کیلومتری رشت، بین عرض‌های ۳۷ درجه و ۲۵ دقیقه و ۲۲ ثانیه تا ۳۷ درجه و ۴۰ دقیقه و ۳۴ ثانیه شمالی و طول جغرافیایی ۴۸ درجه و ۴۰ دقیقه و ۲۱ ثانیه تا ۴۹ درجه و ۱۳ دقیقه و ۷ ثانیه شرقی قرار گرفته است. مرکز این شهرستان شهر رضوانشهر است. این شهرستان در بین سواحل دریای خزر و رشته کوه‌های تالش قرار دارد و از دو بخش جلگه‌ای و کوهستانی تشکیل شده است. این شهرستان از شمال به دریای خزر و شهرستان طوالش، از غرب به شهرستان خلخال، از جنوب به شهرستان‌های صومعه‌سرا و ماسال و از شرق با شهرستان بندر انزلی همجوار است. شهرستان رضوانشهر در گذشته با نام تالشی رزوندی شناخته می‌شد و زیر مجموعه تالش قرار داشت، نام دیگر این شهر تالش دولاب می‌باشد.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه در سطح کشور و استان

یافته‌ها و بحث

شناسایی ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایری رضوانشهر

در این قسمت از پژوهش به منظور بررسی و شناسایی ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایری رضوانشهر، از روش تئوری زمینه‌ای استفاده شد. در این راستا، اطلاعات مورد نیاز از نظر خبرگان استخراج شده است. مصاحبه‌ها (بین ۷۰ تا ۱۱۰ دقیقه) ضبط و یادداشت و بلافاصله پیاده می‌شد تا با مرور چند باره گفتگوها، تحلیل و بررسی دقیق‌تری نسبت به دیدگاه‌های خبرگان انجام شود. در ابتدا، در مرحله مرور بازنگری که در حکم مقدمه‌ای برای ورود به عملیات تحلیل محسوب می‌گردد، برای جلوگیری از داوری شخصی در هنگام ترتیب داده‌ها، مصاحبه‌های ضبط شده، یادداشت‌های شخصی که در طی تحقیق توسط پژوهشگر انجام می‌شد، جمع‌آوری و مورد بازنگری و اصلاح قرار داده شد. در ادامه نیز در مرحله استخراج داده‌های معنایی کدگذاری باز: هدف درک مفاهیم مستتر در گفته‌های مصاحبه شونده است. نام برخی از مفاهیم از دانش پیشین گرفته شده و نام برخی مفاهیم ابداع شده توسط پژوهشگر و یا ذکر شده توسط مشارکت کنندگان و معطوف به داده‌های موجود است. در این مرحله به طور کلی حدود (۵۲) مفهوم از متون مصاحبه استخراج گردید. در مرحله بعد، کدهای اولیه به علت فراوانی آنها به کدهای ثانویه تبدیل شد (کدهای اولیه در قالب طبقه‌های مشابه قرار می‌گیرند). چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی می‌شود. در جدول (۱)، نتایج کدگذاری باز بر اساس کد ثانویه، کدهای مفهومی و مقولات ارایه شده است.

جدول ۱. نتایج کدگذاری باز بر اساس کد ثانویه

ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال	ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال
۱	فرهنگ عشایر	پوشیدن لباس‌های سنتی و رنگارنگ در بین زنان عشایر	۱	فرهنگ عشایر	موسیقی سنتی و اصیل بومی منطقه از سوی عشایر
		فعالیت‌های روزانه و جذاب زنان عشایر			بازی‌های محلی و سنتی مخصوص منطقه
		لباس‌های سنتی مردان عشایر			
۲	غذاهای سنتی	فعالیت‌های سنگین مردان در طبیعت	۸	سبک زندگی	فعالیت‌هایی چون دوشیدن شیر
		پخت غذاهای سنتی و متنوع			فعالیت‌های چون روغن گیری
		جذابیت در تهیه فرآورده‌های لبنی			فعالیت‌هایی چون پشم چینی، قالی بافی
۳	جذابیت در محل اقامت عشایر	پختن نان	۹	راه اندازی موزه-های مردم شناسی	چگونگی نگهداری از گله
		اقامت در سیاه چادرهایی که از زیرانداز تا وسایل تزئینی همه به شکل سنتی تولید شده			آشنایی با تاریخ و آداب و رسوم عشایر گیلانی از طریق راه‌اندازی موزه‌های مردم شناسی
		جذابیت در جنس سیاه چادرها			معرفی صنایع و گردشگری عشایر از طریق راه اندازی موزه های مردم شناسی
۴	گروه‌های فعال گردشگری عشایر	مزیت سیاه چادرها	۱۰	برگزاری جشنواره ها و فستیوال‌ها	آشنایی با ابزار و وسایل عشایر از طریق راه اندازی موزه‌های مردم شناسی
		همکاری زنان برای بافتن یک سیاه چادر به صورت دسته جمعی			برگزاری جشنواره‌ها و فستیوال‌ها در رضوانشهر در راستای شناسخت فرهنگ، گویش، پوشش و حتی نوع کوچ (افقی و عمودی) عشایر
		چیدمان سیاه چادرهای عشایر و نحوه برپایی آنها			برگزاری مسابقات اسب سواری از سوی عشایر
۱۱	بستر لازم برای ورود گردشگر	مناسب بودن سیاه چادر برای اقامتگاه‌های بوم گردی	۱۱	اجرای برنامه‌های ادبی از سوی عشایر	برگزاری آیین‌های محلی و قومی از سوی عشایر در منطقه
		تبلیغات و بازاریابی جشنواره‌ها و فستیوال‌ها			اجرای بازهای بومی از سوی عشایر
		تهیه وب سایت برای ثبت نام و معرفی فستیوال‌های عشایر در شبکه‌های اجتماعی			اجرای برنامه‌های ادبی از سوی عشایر
		تهیه محتوای مرتبط (متن، عکس و فیلم) برای تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی			معرفی صنایع دستی عشایر
		دعوت از اینفلوئنسرهای حوزه سفر برای حضور و تبلیغ گردشگری عشایر			ایمن سازی مسیر و آماده کردن عشایر و روستاهای طوایفی جهت میزبان از گردشگران خارجی
		تهیه بروشور و تبلیغات فیزیکی			آموزش زبان

			همکاری اژانس‌های گردشگری برای قرار دادن پکیج تور نمایشگاه در برنامه سفر به گردشگران		
۵	مهمان‌نوازی عشایر	۱۲	اختصاص دادن بهترین جایگاه چادر برای مهمان پهن کردن بهترین و تمیزترین رخت خواب برای مهمان	فراوانی گیاهان دارویی و جذابیت آنها بین گردشگران خارجی انتقال گیاهان دارویی از سوی گردشگران به کشورشان	فراوانی گیاهان دارویی
۶	استفاده از انرژی‌های نو	۱۳	تهیه غذاهای سنتی و محلی برای مهمانان استفاده از انرژی خورشیدی در بین عشایر	تحصیلات فرزندان عشایر در حوزه گردشگری در سال‌های اخیر استفاده از افراد متخصص و کارشناس عشایر در زمینه گردشگری	تحصیلات کنشگران محلی و تخصصی عشایر
۷	فروش محصولات از سوی عشایر به گردشگران	۱۴	تبلیغ انرژی پاک بین گردشگران فروش صنایع دستی از جمله جاجیم و فرش دستبافت فروش محصولات لبنی از جمله: ماست محلی، کره، روغن زرد و ...	حس عاطفی بین عشایر وابستگی و همبستگی عشایر همکاری و مشارکت عشایر در انجام امور کارهای عمومی	همبستگی و انسجام بین عشایر

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه‌پردازی داده بنیاد است. هدف از این مرحله برقراری رابطه بین طبقه‌های تولید شده (در مرحله کدگذاری باز) است. این کار بر اساس مدل پارادایم انجام می‌شود و به نظریه‌پرداز کمک می‌کند تا فرایند نظریه را به سهولت انجام دهد. اساسا فرایند ارتباط‌دهی در کدگذاری محوری بر بسط و گسترش یکی از طبقه‌ها قرار دارد. در این مرحله با استفاده از افق‌ها یا اظهارات عمده در مرحله قبل اقدام به استخراج مقوله‌ها و مضامین اصلی شد. به این صورت که اظهارات در واحدهای اطلاعاتی بزرگ‌تری مرسوم به واحدهای معنایی دسته‌بندی می‌شوند. واحدهای معنایی نشان‌دهنده ابعاد مختلف هستند و ارائه توضیحات مبتنی مرحله بعد را آسان‌تر می‌کنند. در این مرحله (۴) مضمون یا مقوله استخراج و مفاهیم برساننده هر یک از این مضمون‌ها مشخص شدند. (جدول ۲).

جدول ۲. مقوله‌ها و مضامین اصلی

ردیف	مقوله	واحد معنایی
۱	اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر	راه اندازی موزه‌های مردم شناسی برگزاری جشنواره‌ها و فستیوال‌ها بستر لازم برای ورود گردشگر گروه‌های فعال گردشگری عشایر
۲	محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر	فراوانی گیاهان دارویی غذاهای سنتی استفاده از انرژی‌های نو فروش محصولات از سوی عشایر به گردشگران
۳	نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری	تحصیلات کنشگران محلی و تخصصی عشایر
۴	فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی	همبستگی و انسجام بین عشایر مهمان‌نوازی عشایر سبک زندگی تماشایی و سنتی عشایر جذابیت در محل اقامت عشایر فرهنگ عشایر

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱



شکل ۳. ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایر، منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

مطابق نتایج به دست آمده در جدول (۲) و شکل (۳)، ظرفیت‌های: اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر، محصولات و تولیدات منحصر به فرد از سوی عشایر، فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر، نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری در رضوان-شهر از دیدگاه متخصصان مورد غفت قرار گرفته است.

در ادامه نیز با استفاده از روش دلفی به بررسی هر یک از مقولات و واحدهای معنایی پرداخته شد. در این راستا، در ابتدا برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل، از ضریب هماهنگی کندال استفاده شد. ضریب هماهنگی کندال مقیاسی است برای تعیین درجه هماهنگی و موافقت میان چندین دسته رتبه مربوط به N شی یا فرد. در حقیقت با کاربرد این مقیاس می‌توان همبستگی رتبه‌ای میان K مجموعه رتبه را یافت. مقدار این مقیاس هنگام هماهنگی یا موافقت کامل برابر با یک و در زمان نبود هماهنگی برابر با صفر است. اشمیت برای تصمیم‌گیری درباره توقف یا ادامه دوره‌های دلفی یک معیار آماری ارائه می‌کند، این معیار میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل را بر اساس مقدار ضریب هماهنگی کندال تعیین می‌کند. جدول (۳) چگونگی تفسیر مقادیر گوناگون این ضریب را نشان می‌دهد.

جدول ۳. تفسیر مقادیر گوناگون ضریب هماهنگی کندال

مقدار W	تفسیر	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
۰٫۱۹-۰	اتفاق نظر بسیار ضعیف	وجود ندارد
۰٫۳۹-۰٫۲	اتفاق نظر ضعیف	کم
۰٫۵۹-۰٫۴	اتفاق نظر متوسط	متوسط
۰٫۷۹-۰٫۶	اتفاق نظر قوی	زیاد
۱-۰٫۸	اتفاق نظر بسیار قوی	بسیار زیاد

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

صرف معنادار بودن آماری ضریب W برای توقف فرایند دلفی کفایت نمی‌کند. رشد زیاد این ضریب در دو دور متوالی حاکی از ادامه روش دلفی خواهد بود. ثابت ماندن این ضریب یا رشد ناچیز آن در دو دور نشان می‌دهد که افزایشی در توافق اعضا صورت نگرفته است، و فرایند نظرخواهی باید متوقف شود. مقدار عددی ضریب کندال در ۳ مرحله دلفی در این قسمت از پژوهش در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۴. مقدار عددی ضریب کندال مراحل دلفی

پرسشنامه	مراحل	اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر	محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر	نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری	فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی
پرسشنامه اول	مراحل دلفی	۰/۷۲۲	۰/۷۱۴	۰/۷۰۰	۰/۷۱۱
	مقدار ضریب کندال	۰/۷۴۰	۰/۷۲۲	۰/۷۱۱	۰/۷۲۱
پرسشنامه دوم	مراحل دلفی	۰/۷۳۱	۰/۷۲۵	۰/۷۱۴	۰/۷۲۷
	مقدار ضریب کندال	۰/۷۵۵	۰/۷۳۱	۰/۷۲۱	۰/۷۳۴
پرسشنامه سوم	مراحل دلفی	۰/۷۴۵	۰/۷۳۷	۰/۷۳۴	۰/۷۳۹
	مقدار ضریب کندال	۰/۷۶۰	۰/۷۴۱	۰/۷۳۴	۰/۷۴۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

با نزدیک بودن نتایج دور دوم و سوم و تفاوت اندک تغییر ضریب کندال، آزمون دلفی پایان یافت.

• **راندهای دلفی مقولات و واحدهای معنایی مطرح شده**

مطابق جدول (۵)، در راند اول دلفی، پرسشنامه‌ای شامل ۴ مقوله به خبرگان ارائه شد. در پایان راند اول هیچ واحد معنایی و مقوله‌ای به پرسشنامه اضافه نشد، و همچنین هیچ مقوله و واحد معنایی نیز حذف نشد. در راند دوم دلفی: بر اساس نتایج به دست آمده در دور اول، پرسشنامه دور دوم با ۴ مقوله طراحی شد. این پرسشنامه به همراه نتایج دور اول در اختیار خبرگان قرار گرفت. در پایان راند دوم، نیز هیچ مقوله و واحد معنایی اضافه نشد، و همچنین هیچ مقوله و واحد معنایی نیز حذف نشد. در راند سوم دلفی: بر اساس نتایج به دست آمده از دور اول و دوم، پرسشنامه دور سوم با ۴ مقوله طراحی شد، و در پایان راند سوم، مقوله جدید و واحد معنایی جدیدی نیز اضافه نشد، و در نهایت، هیچ یک حذف نشد. در نهایت با استفاده از ضریب کندال نیز در مورد تمامی عوامل اجماع نظرات مشاهده شد. با توجه به اجماع و عدم اضافه شدن مقوله و واحد معنایی جدید، شرط توقف فراهم شد.

جدول ۵. نتایج راندهای سه گانه دلفی برای مقولات و واحدهای معنایی مطرح شده

مقوله	واحد معنایی	درصد توافق دور اول	میانگین	درصد توافق دور دوم	میانگین	درصد توافق دور سوم	میانگین
اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر	راه اندازی موزه‌های مردم شناسی	۰/۶۶	۳/۱۱	۰/۷۵	۳/۱۵	۰/۸۶	۳/۲۲
	برگزاری جشنواره ها و فستیوال‌ها	۰/۵۹	۳/۰۰	۰/۶۶	۳/۱۱	۰/۷۵	۳/۱۵
	بستر لازم برای ورود گردشگر	۰/۷۹	۳/۱۴	۰/۸۲	۳/۱۹	۰/۹۰	۳/۲۴
محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر	گروه‌های فعال گردشگری عشایر	۰/۷۷	۳/۱۲	۰/۸۱	۳/۱۵	۰/۸۲	۳/۱۷
	فراوانی گیاهان دارویی	۰/۶۹	۳/۱۵	۰/۷۸	۳/۱۹	۰/۸۷	۳/۲۳
	غذاهای سنتی	۰/۷۷	۳/۱۷	۰/۷۸	۳/۱۹	۰/۸۸	۳/۲۰
	استفاده از انرژی‌های نو	۰/۶۵	۳/۱۱	۰/۷۵	۳/۱۵	۰/۷۰	۳/۱۶
نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری	فروش محصولات از سوی عشایر به گردشگران	۰/۶۹	۳/۱۵	۰/۸۰	۳/۲۱	۰/۸۸	۳/۲۴
	تحصیلات کنشگران محلی و تخصصی عشایر	۰/۷۱	۳/۱۶	۰/۷۷	۳/۱۹	۰/۸۳	۳/۲۱
فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی	همبستگی و انسجام بین عشایر	۰/۷۱	۳/۱۶	۰/۸۶	۳/۲۱	۰/۸۸	۳/۲۵
	مهمان‌نوازی عشایر	۰/۶۲	۳/۰۳	۰/۶۵	۳/۱۱	۰/۷۰	۳/۱۵
	سبک زندگی تماشایی و سنتی عشایر	۰/۷۷	۳/۱۲	۰/۸۱	۳/۱۵	۰/۸۲	۳/۱۷
	جذابیت در محل اقامت عشایر	۰/۶۶	۳/۱۱	۰/۷۶	۳/۱۶	۰/۷۷	۳/۱۲
	فرهنگ عشایر	۰/۷۲	۳/۱۰	۰/۷۹	۳/۱۳	۰/۸۰	۳/۱۴

در ادامه نیز با استفاده از مدل‌های (آراس فازی FARAS و FBMW) به بررسی و رتبه‌بندی هر یک از مقولات و واحدهای معنایی پرداخته شد، در این راستا پرسشنامه به صورت متقاطع در میان متخصصان توزیع شد. در ابتدا با استفاده از مدل آراس فازی به رتبه‌بندی هر یک از مقولات پرداخته شد، و در ادامه نیز به منظور رتبه‌بندی هر یک از واحدهایی از مدل فازی بی ام وی استفاده شد. نتایج به شرح جدول (۶) است.

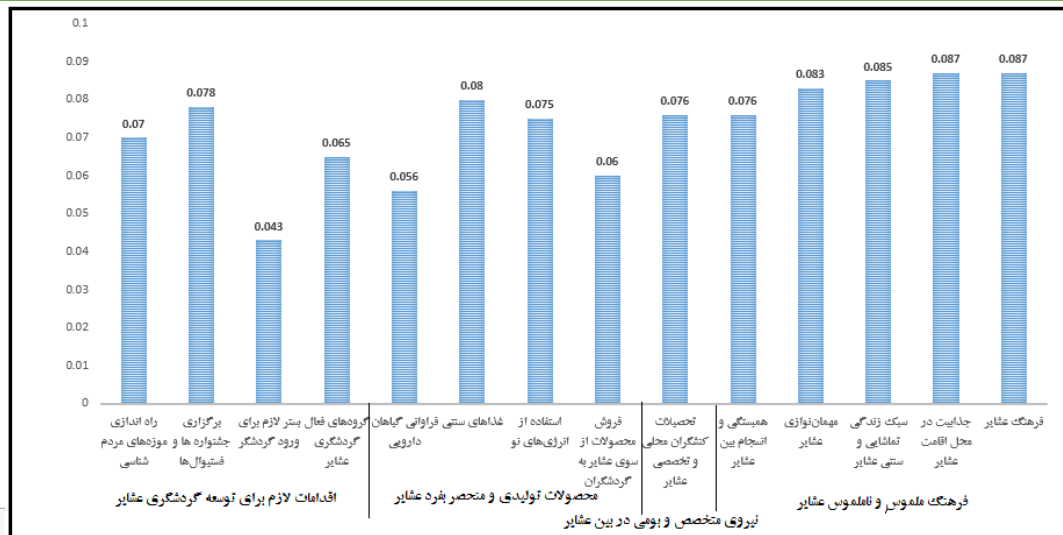
جدول ۶. رتبه‌بندی هر یک از مقولات و واحدهای معنایی

رتبه	وزن نهایی با استفاده از مدل FBMW	واحد معنایی	رتبه	وزن نهایی با استفاده از مدل FARAS	مقوله
۲	۰/۰۷۰	راه اندازی موزه‌های مردم شناسی	۳	۰/۲۳۱	اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر
۱	۰/۰۷۸	برگزاری جشنواره ها و فستیوال‌ها			
۴	۰/۰۴۳	بستر لازم برای ورود گردشگر			
۳	۰/۰۶۵	گروه‌های فعال گردشگری عشایر			
۴	۰/۰۵۶	فراوانی گیاهان دارویی	۱	۰/۳۵۰	محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر
۱	۰/۰۸۰	غذاهای سنتی			
۲	۰/۰۷۵	استفاده از انرژی‌های نو			
۳	۰/۰۶۰	فروش محصولات از سوی عشایر به گردشگران			
-	۰/۰۷۶	تحصیلات کنشگران محلی و تخصصی عشایر	۴	۰/۱۴۹	نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری
۴	۰/۰۷۶	همبستگی و انسجام بین عشایر	۲	۲۷۰	فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی
۳	۰/۰۸۳	مهمان‌نوازی عشایر			
۲	۰/۰۸۵	سبک زندگی تماشایی و سنتی عشایر			
۱	۰/۰۸۷	جذابیت در محل اقامت عشایر			
۱	۰/۰۸۷	فرهنگ عشایر			

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱



شکل ۴. رتبه‌بندی هر یک از مقولات، منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱



شکل ۵. رتبه‌بندی هر یک از واحدهای معنایی، منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

بر اساس نتایج به دست آمده در جدول (۶)، و شکل (۵)، از بین مقولات مطرح شده، به ترتیب محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر با وزن نهایی ۰/۳۵۰، فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی با وزن نهایی ۰/۲۷۰، اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر با وزن نهایی ۰/۲۳۱، نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری با وزن نهایی ۰/۱۴۹، بیشترین و کمترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در مقوله: محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر، از بین واحدهای معنایی، غذاهای سنتی با مقدار وزن ۰/۰۸۰، در مقوله: فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی، واحدهای معنایی جذابیت در محل اقامت عشایر و فرهنگ عشایر با مقدار وزن ۰/۰۸۷، در مقوله: اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر، واحد معنایی برگزاری جشنواره ها و فستیوال ها با مقدار وزن ۰/۰۷۸، بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند، همچنین قابل ذکر است در مقوله: نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری، واحد معنایی تحصیلات کنشگران محلی و تخصصی عشایر وزن ۰/۰۷۶، را به خود اختصاص داده است.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی شناسایی ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایر در ناحیه رضوانشهر انجام شده است. در این راستا، بر اساس یافته‌های کیفی از دیدگاه متخصصان، ظرفیت‌های: اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر، محصولات و تولیدات منحصر به فرد از سوی عشایر، فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر، نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری در رضوان شهر از دیدگاه متخصصان مورد شناسایی قرار گرفته شد، در ادامه با استفاده از روش دلفی در ۳ راند متفاوت، تمامی مقولات و واحدهای معنایی از سوی متخصصان مورد تایید قرار گرفته شد. در نهایت نتایج مدل‌های فازی نشان داد، بین مقولات مطرح شده، محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر با وزن نهایی ۰/۳۵۰، میزان اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در مقوله: محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر، از بین واحدهای معنایی، غذاهای سنتی با مقدار وزن ۰/۰۸۰، در مقوله: فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی، واحدهای معنایی جذابیت در محل اقامت عشایر و فرهنگ عشایر با مقدار وزن ۰/۰۸۷، در مقوله: اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر، واحد معنایی برگزاری جشنواره ها و فستیوال ها با مقدار وزن ۰/۰۷۸، بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند، همچنین قابل ذکر است در مقوله: نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری، واحد معنایی تحصیلات کنشگران محلی و تخصصی عشایر وزن ۰/۰۷۶، را به خود اختصاص داده است.

بر اساس جمع‌بندی یافته‌های به دست آمده می‌توان گفت، با توجه به سبک زندگی امروز در رضوانشهر و پیشرفت صنعت و تکنولوژی زندگی، دامان طبیعت در رضوانشهر می‌تواند برای بسیاری از مردم جالب و دیدنی باشد. از آنجا که زندگی عشایری در بسیاری از مناطق ایران از

بین رفته، خود این موضوع کنجکاوای بسیاری از گردشگران را به عشایر این منطقه جلب کرده تا با این نوع زندگی آشنا شوند. از سوی متخصصان، محصولات و تولیدات منحصر بفرد از سوی عشایر یکی از با اهمیت‌ترین ظرفیت‌های مغفول گردشگری عشایر در این منطقه می‌باشد. صنایع دستی عشایر رضوانشهر برخاسته از نیازهای اولیه مردم کوچ نشین در تطبیق با محیط جغرافیایی و فناوری سنتی حاکم بر مناطق عشایری است. جاذبه‌های هنری عشایر در صنایع دستی و بافندگی متبلور می‌شود که تاثیر گرفته از سنن، آداب و رسوم و محیط طبیعی و تجلی زیبایی، طراوت و شادی زندگی عشایر این منطقه است که زمینه‌های اصلی آن مناظر و دشت‌های سرسبز است که عشایر در آنها زندگی یا در مسیرهای آن کوچ می‌کنند. قالی بافی، گلیم بافی، جاجیم و گبه که حاصل فکر و اندیشه و خلاقیت زنان عشایر است، که علاوه بر گردشگران داخلی، برای گردشگران خارجی جذابیت ویژه‌ای برخوردار است. در کنار محصولات سنتی، غذاهای محلی و سنتی استان گیلان از سوی عشایر این منطقه و علاوه بر آن تولید محصولات لبنی از جمله ظرفیت‌های مغفول عشایر در این منطقه محسوب می‌شود. علاوه بر این، فراوانی گیاهان دارویی در منطقه رضوان شهر می‌تواند گردشگران داخلی و خارجی را به این منطقه جذب کند، و همچنین استفاده از انرژی‌های نو (از جمله انرژی خورشیدی) برای پختن غذا، نان و حتی گرما، می‌توان جذابیت ویژه‌ای برای گردشگران باشد. دومین ظرفیت مغفول گردشگری عشایر در این منطقه می‌تواند به فرهنگ ملموس و ناملموس عشایر برای جذب گردشگران داخلی و خارجی اشاره نمود. فرهنگ ملموس عشایر ترکیبی از همبستگی و انسجام بین عشایر و مهمان‌نوازی عشایر می‌باشد. فرهنگ ناملموس نیز ترکیبی از سبک زندگی تماشایی و سنتی عشایر، جذابیت در محل اقامت عشایر و فرهنگ عشایر می‌باشد. سیاه چادرها یکی از صنایع دستی عشایر در این منطقه است که کاملاً سنتی و به طور عمده توسط عشایر چادرنشین و از موی بز بافته شده است، و برای سقف چادرها نیز استفاده می‌شود. عشایر این منطقه در بیلاق و قشلاق مکان‌های معینی برای اقامت دارند که معمولاً در زیر این سیاه چادرها زندگی و استراحت می‌کنند. دلیل استفاده از موی بز، خاصیت بسیار مطلوبی برای حفظ آب در مواقع بارندگی دارد و معمولاً آب باران از جداره آن عبور نمی‌کند، همچنین بر خلاف بقیه مواد در گرما منقبض و در سرما منبسط می‌شود و این به کاربرد ممتاز آن در سیاه چادر کمک کرده تا در تابستان منافذ سیاه چادر باز شده و هوای سیاه چادر خنک شود و در زمستان منافذ آن بسته شده تا از ورود سرما و باران جلوگیری شود. بنابراین محل اقامت عشایر می‌تواند جذابیت خاصی را برای گردشگران ایجاد نماید.

همچنین عشایر دارای آیین‌ها، جشن‌ها، بازی‌های محلی (رقص چوب)، سرودها، نغمه و آهنگ و موسیقی‌های ویژه، مراسم ویژه عشایری مانند اسب سواری و غیره هستند که همراه با اخلاق، ارزش‌ها و باورهای ایرانی غنی نشأت گرفته از طبیعت، جاذبه‌های فرهنگی عشایر را در خود جای داده است. علاوه بر آن، نوع پوشش عشایر مخصوصاً زنان که گویای فرهنگ غنی آنهاست، نشأت گرفته از محیط طبیعی و باورهای فرهنگی و شیوه زندگی آنهاست.

سومین ظرفیت شناسایی شده از سوی متخصصان، اقدامات لازم برای توسعه گردشگری عشایر می‌باشد. با توجه به پراکندگی عشایر در کشور ایران، برگزاری جشنواره‌ها و فستیوال‌ها در رضوانشهر می‌تواند با موضوعات و شکل‌های گوناگونی همچون برگزاری مسابقات اسب سواری، برگزاری آیین‌های محلی و قومی، اجرای بازی‌های بومی و... انجام شود که هر کدام با جذابیت‌های بسیاری همراه است که می‌تواند گردشگران بسیاری را به خود جذب نماید. همچنین گروه‌های فعال گردشگری عشایر می‌توانند با اقداماتی همچون تدوین بازاریابی مناسب، ایجاد وب سایت برای ثبت نام و معرفی فستیوال و ایجاد صفحه فستیوال در شبکه‌های اجتماعی و .. گردشگری عشایر را در این منطقه توسعه دهند. در نهایت چهارمین ظرفیت شناسایی شده، نیروی متخصص و بومی در بین عشایر برای توسعه گردشگری می‌باشد، که با مفاهیم (تحصیلات فرزندان عشایر در حوزه گردشگری، و استفاده از افراد متخصص و کارشناس عشایر در زمینه گردشگری) شناسایی شد.

منابع

- ایمانی طیبی، لیلا. شفعی، زاهد. رجایی، محمدعلی. ۱۳۹۷. شناسایی ظرفیت‌های گردشگری عشایری با استفاده از مدل سوات (مورد مطالعه: عشایر قشقای). دومین کنفرانس بین‌المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- انصاری، وحید. حیدری، قدرت اله. مجاوریان، سید مجتبی. رستگار، شفق. ۱۳۹۸. اثر توسعه گردشگری عشایری بر شاخص‌های معیشت پایدار مرتعداران (مطالعه موردی: مناطق عشایری لار، البرز مرکزی). نشریه علمی و پژوهشی مرتع، سال ۱۳، شماره ۲. صص ۲۹۴-۳۰۵.
- بخشی نژاد، محمود. ۱۳۹۹. تبیین ظرفیت‌های گردشگری برای توسعه مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری. فصلنامه علمی و پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی. سال ۱۰، شماره ۴. پیاپی ۳۹. صص ۱-۲۳.

- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا. ایمانی طیبی، لیلا. فرهادی یونکی، مجید. ۱۳۹۹. عوامل موثر بر توسعه گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری (مورد مطالعه: عشایر قشقایی). فصلنامه پژوهش‌های روستایی. دوره ۱۱. شماره ۴.
- زراعی، قاسم. حاضری، هاتف. علی نژاد سلیم. لیدا. ۱۳۹۷. تاثیر ظرفیت پذیرش اجتماعی گردشگری عشایری در توسعه پایدار (ایل قشقایی تیره هبیت لو). مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال ۱۱. شماره اول.
- ضیائی، محمود. فقیهی، ابوالحسن. طهماسبی، اصغر. نعمتی، ولی. ۱۴۰۰. طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۴ (۵۳): ۵-۲۷.
- عباسی، رسول. نظری زاده دهکردی، نرگس. ۱۴۰۱. واکاوی موانع و تنگناهای توسعه بوم‌گردی عشایری (مورد مطالعه: عشایر استان چهارمحال و بختیاری). روستا و توسعه. سال ۲۵. شماره ۹۷.
- میانی، ع. کرمی دهکردی، م. ۱۴۰۰. تعمیق کیفی معیشت پایدار در مناطق روستایی با استفاده از نرم افزار اطلس (مورد مطالعه: روستاهای شمالی ولسوالی اندر، ولایت غرب افغانستان). مجله برنامه‌ریزی فضایی. ۳ (۲۵): ۱۱۹-۱۴۵.
- Coria, J., & Calfucura, E. (2012). Ecotourism and the development of indigenous communities: The good, the bad, and the ugly, *Journal of Ecological Economics*, 73: 47-55
- Desbiolles, F. H., Trevorrow, G., & Sparrow, S. (2014). The Coorong Wilderness Lodge: A case study of planning failures in Indigenous tourism, *Journal of Tourism Management*, 44: 46-57.
- Dogra, R. Gupta, A. (2012). Barriers to Community Participation in Tourism Development: Empirical Evidence from a Rural Destination, *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 5(1): 129-142.
- Donell Holloway, Lelia Green and David Holloway, 2011, *The Intratourist Gaze: Grey Nomads and Other Tourists*, *Tourist Studies*, No 3, pp. 252-235
- Korkeh Abadi, Z. Mostakhdemin, H. (2011). Investigating the Potential of Entrepreneurial Tourism in Iran's Nomadic Society, *Journal of Work and Society*, 120/121, 37-50.
- Moon, H., & Han, H. (2019). Tourist experience quality and loyalty to an island destination: The moderating impact of destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 43-59.
- Pakrah, M., PoorHashemi, S, A., & Parvin, M.R. (2020). Investigation and determination of the best strategy for sustainable development of nomadic areas of Iran based on the rights of local societies, *EurAsian Journal of BioSciences*, 14: 955-966
- Pine, B.J. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Journal of Harvard business review*, 76, 97-105.
- Roknedin Eftekhari, A. Pour Taheri, M. Aqa Mohammadi, M. (2011). The role of tourism sample areas in the development of nomadic areas (Case study: Alvand tourism sample area of Hamadan city), *Journal of Tourism and Development*, 1 (1), pp. 59-75. (In Persian).
- Tillotson, M, D. (2013). Indigenous Capitalism through Tourism?: A Case Study of Economic Development in Native Southeast Alaska, A thesis Submitted in Partial fulfillment of the requirements for the degree of, Master of Marine Affairs, University of Washington
- Verma, S., & Murdia, M. (2017). Highlighting Tribal Tourism Potentials of Southern Rajasthan, *International Journal of Management & Social Sciences* 6(1): 384-390.
- Wu, H. C., Cheng, C. C., & Ai, C. H. (2018). A study of experiential quality, experiential value, trust, corporate reputation, experiential satisfaction and behavioral intentions for cruise tourists: The case of Hong Kong. *Tourism Management*, 66, 200-220.
- Wu, H. C., Li, M. Y., & Li, T. (2018). A study of experiential quality, experiential value, experiential satisfaction, theme park image, and revisit intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 26-73.
- Zaybarast, I. Naz Kallychi, B., & Saeedi, N. (2015). Conducting a local music festival, promoting the popularity of nomad tourism: Ashir Turkman and Bakhtiari. *International Conference on Sustainable Development, Solutions and Challenges Focusing on Agriculture, Natural Resources, Environment and Tourism, Tabriz, Permanent Secretariat of the International Conference on Sustainable Development, Solutions and Challenges*. https://www.civilica.com/Paper-ICSDA01- ICSDA01_1420.html.
- Zhuang, L., Taylor, T., Beirman, D., & Darcy, S. (2017). Socially sustainable ethnic tourism: a comparative study of two Hakka communities in China, *Journal of Tourism Recreation Research*, 42 (4): 467-483
- Ziaee, M. Faghihi, A. H. Jome Pour, M. Shekari, F. (2017). A Framework for Livelihood Resilience of Nomadic Communities (A Case Study in Qashqai Tribe), *Journals of Iranian Academy of Management science*, 12 (47): 31-56. (In Persian).

How to Cite:

Javan, Farhad and Hojjat Shamami, Sirous. (2022). Analyzing the neglected capacities of nomadic tourism in Razvanshahr Area. *Studies of Nomads Area Plannig*, 2(1), 109-122.

ارجاع به این مقاله:

جوان، فرهاد و حجت‌شمامی، سیروس. (۱۴۰۱). واکاوی ظرفیت‌های مغفول مانده گردشگری عشایری در ناحیه رضوانشهر. *مطالعات برنامه‌ریزی قلمرو کوچ-نشینان*، ۲(۱)، ۱۰۹-۱۲۲.





Research Article

Analyzing the neglected capacities of nomadic tourism in Razvanshahr Area

Farhad Javan* - Ph.D. Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran.

Sirous Hojjat-Shamami- Ph.D. student, Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran.

Receive Date: 02 June 2022

Accept Date: 13 September 2022

ABSTRACT

Introduction: The social composition of Iranian society consists of three distinct populations: urban, rural and nomadic. Due to the fact that Iran has different ethnicities since ancient times, in this regard, it has a very suitable platform for planning all kinds of tourism, and due to the fact that it is one of the few countries where migration continues as in the past, and the nomads of Iran still have their traditions. It can be a good place for nomadic tourism, in the meantime, the nomadic territory with its natural attractions, traditional, cultural and environmental resources and potentials is a great opportunity for the development of nomadic tourism in Iran.

Purpose of the research: The purpose of the present research is to examine and analyze the neglected capacities of tourism nomadic of Rezvanshahr area.

Methodology The current research is applied in terms of objective and in terms of qualitative and quantitative method, and in order to analyze the data, grounded theory method and models (FBMW, FARAS) were used. Also, the statistical population in the current research includes tourism, nomadic and rural experts, who were determined based on the purposeful sampling of (45) people.

Geographical area of research: Rezvanshahr County is located in the northern part of Iran, between the shores of the Caspian Sea and the Talash mountain range, and consists of two plains and mountains. This County has a common border with the Caspian Sea and Talesh County from the north, Khalkhal County from the west, Soumesara and Masal cities from the south, and Bandar Anzali County from the east.

Results and discussion: the capacity experts, the views: it is necessary for the development of nomadic tourism, individual products and productions from the nomads, tangible and intangible culture of the nomads, expert and native force among the nomads for the development of tourism in Rezvanshahr. Was identified, in the final results of the fuzzy models, it showed that among the mentioned categories, special products and productions by nomads with a final weight of 0.350 have taken the amount.

Conclusion: Identifying the neglected capacities of nomadic tourism is a part of the tourism market and a source of employment and income, and a strategy to preserve the environment and traditional culture of nomads, and a complementary and diversifying source in the nomadic economy, and as a result, a policy for economic development. It is considered social and ecological of nomadic societies.

KEYWORDS: Identifying the neglected, nomadic tourism, Razvanshahr area.