



## نقش زنان بافنده روستایی در توسعه گردشگری

الهام احمدی فرد<sup>۱</sup>، همایون فرهادیان<sup>۲</sup>

۱- دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، [eahmadifard@yahoo.com](mailto:eahmadifard@yahoo.com)  
۲- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، [homayonfarhadian@gmail.com](mailto:homayonfarhadian@gmail.com)

### چکیده

گردشگری با مشارکت انبوهی از مردم به بخش مهمی به لحاظ اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است. زنان در جهان سوم پایه هرم اشتغال در بخش گردشگری به وسیله کار فصلی، موقت یا بدون حقوق کامل و پشت جبهه را تشکیل می دهند. اکثر جاذبه های گردشگری به صورت مستقیم به زنان وابسته است. هدف این پژوهش بررسی نقش و اهمیت زنان روستایی در توسعه گردشگری از طریق بافت فرش دستباف است. در این مطالعه، از روش مطالعه کتابخانه ای به صورت مروری و با بررسی اسناد استفاده شده است. نتایج نشان داد که گردشگری روستایی سبب ورود گردشگران به منطقه شده و گردشگری خلاق با درک گردشگران به عنوان مصرف کننده سبب فروش صنایع دستی می شود. مطالعات نشان داد که گردشگری فرهنگی به دلیل نقش دولت متفاوت از گردشگری خلاق بوده و زنان روستایی در بیشتر کشورها به عنوان فروشندگان اصلی صنایع دستی، ضمن توسعه این صنعت از این طریق نیز کسب درآمد می کنند.

کلیدواژه ها: زنان روستایی، گردشگری، صنایع دستی، فرش دستباف.



## ۱- مقدمه

توسعه اقتصادی متوازن یک ملت تلاش همه‌جانبه برای معرفی اقدامات توسعه در همه بخش‌های یک کشور دعوت می‌کند. با توجه به تنوع هر منطقه، گردشگری پتانسیل خوبی برای بهتر شدن کشور از نظر اقتصادی فراهم می‌کند. گردشگری یکی از مهم‌ترین مشارکت‌کنندگان اقتصادی و بخش جدایی‌ناپذیر در توسعه اجتماعی، اقتصادی، فیزیکی و منطقه‌ای است. تجربه گردشگری جهانی طی سال‌های متمادی، نقش فزاینده گردشگری را در رشد و توسعه کشورهای مربوط نشان می‌دهد (Biswas & Kushwaha, ۲۰۱۸). گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌هایی است که جایگاه ویژه‌ای در توسعه اقتصادی دارد. گردشگری علاوه بر درآمدزایی، تبادل فرهنگ و اشتغال‌زایی سهم مهمی در فعالیت‌های اقتصادی از قبیل صادرات را به خود اختصاص داده است (صفایی پور، دامن باغ، طاهری و رزمگیر، ۱۳۹۳). بسیاری از سیاست‌گذاران فعالیت‌های گردشگری را به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار می‌شناسند (انوری، بلوچی و هاشم‌زهی، ۱۳۹۱)، زیرا گردشگری به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی پاک و بی‌ضرر، عاری از اثرات زیست محیطی نسبت داده شده به تولید، معدن، جنگلداری و تجارت کشاورزی فشرده است (Lane, ۱۹۹۴). انجمن جهانی سفر و گردشگری (WTTC<sup>۱</sup>)، برآورد نموده است در سال ۲۰۰۲، سفر، گردشگری و فعالیت‌های مرتبط در حدود ۱۱٪ در تولید ناخالصی جهان مشارکت کردند. این صنعت در حال حاضر ۷/۸٪ از کل نیروی کار را به‌وجود می‌آورد. این درصد انتظار می‌رود که به ۸/۶٪ تا سال ۲۰۱۲ افزایش یابد. طبق گزارش WTTC در سال ۲۰۰۲ انتظار می‌رود که گردشگری بیش از ۲۵۵ میلیون شغل ایجاد کند، تقریباً ۱۰/۷٪ از کل نیروی کار جهان. بیشتر این پتانسیل اشتغال به گردشگری روستایی مرتبط خواهد بود، جایی که بیکاری و فقدان شغل مسائل اصلی برای مردم محلی و تعداد بزرگی از مردمی که زیر خط فقر زندگی می‌کنند، است (Ray, Dash, Sengupta, & Ghosh, ۲۰۱۲).

گردشگری با مشارکت انبوهی از مردم به بخش مهمی به لحاظ اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است. این بخش به‌صورت خودمانی مرور می‌شود زیرا این امکان را برای اقتصاد جهانی فراهم می‌کند یا دارای تأثیرات اجتماعی- فرهنگی بر روی ملل است (Külekçi, Sezen, & Bulut, ۲۰۱۲).

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند ایران، زنان روستایی کسانی هستند که در حرفه‌های مختلف کشاورزی، لبنیاتی، زراعت، فرآوری مواد غذایی، صنایع دستی، ساخت‌وساز، اعتبار خرد و غیره فعالیت دارند. با وجود اینکه بسیار مولد، فعال به لحاظ اقتصادی و کارآفرین هستند؛ منحصراً آن‌ها ضعیف هستند، زیرا: الف) ناشناخته بودن؛ ب) ساعت‌های کاری طولانی با بازده کم؛ پ) دسترسی محدود به تجهیزات، بازارها، منابع تولیدی، فرصت‌ها؛ ت) حمایت اجتماعی محدودکننده؛ ث) نمایندگی کم؛ ج) نبود سیاست‌های نیروی کار و اقتصاد و از این قبیل، بنابراین نیاز به ساماندهی زنان کارگر بخش غیررسمی وجود دارد (Golmohammadi & Honari, ۲۰۱۶). زنان در جهان سوّم پایه هرم اشتغال در بخش گردشگری را به‌وسیله کار فصلی، موقت یا بدون حقوق کامل و پشت جبهه تشکیل می‌دهند. واقعیت دیگر این است که گردشگری بخشی است که مردم امیدوار به کار هستند و تحولات اجتماعی را در کشورهای در حال توسعه فراهم می‌کند. در چنین مناطقی کار کردن در بخش گردشگری دارای معایبی است، با این وجود، آن یک نقش مهم در آموزش و تشکیل استقلال زنان دارد (Külekçi et al., ۲۰۱۲).

۱. The World Travel and Tourism Council.



یکی از دلایل برای مسافرت میل به گسترش دانش شخصی و درک در مورد افراد، مکان‌ها، و کشورها و مطالعه فرهنگ آن‌ها، آداب و رسوم، روش‌های زندگی و میراث و برآورده کردن حس کنجکاوی در مورد آن‌هاست (Kaul, ۱۹۸۵). تعامل با گردشگران ما را به شناسایی جنبه‌های مادی و غیرمادی که آن‌ها را جلب کرده است، کمک می‌کند. آن‌ها مجذوب اشیاء مانند: مبلمان منزل و صنایع دستی می‌شوند، همچنین با وعده‌های غذایی آماده شده به وسیله زنان عشایر و کارهای خانگی مربوط می‌شود. در عین حال، آن‌ها به عنوان یک تجربه خاص گردشگری، ارتباط با اشعار ایللیاتی، ضرب‌المثل‌ها و داستان‌ها، ترانه‌ها و رقص‌ها، بازی‌های سنتی را به وضوح درک و ارزیابی می‌کنند و عمیقاً با احترام به روابط اجتماعی، همبستگی و اتحاد بین افراد قبیله توجه می‌کنند. اکثریت جاذبه‌های گردشگری به صورت مستقیم با زنان قبیله مرتبط است. لباس‌های قبیله‌ای زنان به عنوان مثال یک جذابیت کلیدی است و بیشتر زنان گردشگر برای عکس گرفتن با لباس قبیله‌ای درخواست می‌کنند (Sarmiento & Etemaddar, ۲۰۰۹).

گردشگری به عنوان یک استراتژی برای رشد اقتصادی مدتی است موضوع مورد بحث توسعه منطقه‌ای قرار دارد. مناطق حاشیه‌ای و روستایی غالباً به عنوان ابزاری برای ترویج مشاغل محلی و بالا بردن سطح رفاه اقتصادی به نظر می‌آید. غالباً این یک نتیجه از فقدان هر جایگزین مناسب یا خود تحقیقی علم سیاسی است. با این وجود، هر دلیلی برای ترویج گردشگری به عنوان یک ابزار رشد روستایی یک دلیل بالعکس برای مخالفت با این استراتژی دارد. بنابراین، در حالی که گردشگری به عنوان تولیدکننده اشتغال مطرح می‌شود ولی آن به دلیل ایجاد دستمزد کم و تنها اشتغال فصلی مورد سرزنش قرار می‌گیرد (Fleischer & Felsenstein, ۲۰۰۰). همچنین گردشگری به عنوان منبع طیف گسترده‌ای از مشکلات جدی به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه متهم شده است. برای مثال این حقیقت که باعث ایجاد کسری اقتصادی کلان می‌شود، زیرا بیشترین سرمایه‌گذاری در گردشگری از کشورهای چندملیتی غربی است که درآمد حاصل از گردشگری به آن بازمی‌گردد. گردشگری ترکیب جمعیت کارگر از صنایع سنتی کشاورزی به گردشگری خدمات‌محور و مهمان‌نوازی صنعتی را که مزاحم هویت اجتماعی و فرهنگی آن‌هاست، تغییر می‌دهد. چهار پدیده تأثیرگذار اصلی که منجر به نیاز به یک رویکرد متفاوت در گردشگری می‌شود، عبارت‌اند از: (۱) مسائل اقتصادی مانند این حقیقت که رشد اقتصادی مشکل فقر را حل نمی‌کند؛ (۲) مسائل زیست محیطی اشاره به اثر گردشگری انبوه بر محیط زیست دارد؛ (۳) مسائل سیاسی که اشاره به اقتصاد سیاسی صنعت گردشگری بین‌المللی که تنیده به یک تمديد طبیعی نابرابری تاریخی بین جهان اول و جهان سوم دارد؛ و (۴) مسائل اجتماعی شامل بازار سیار جدید فرهنگ پسامدرن است (Ei & Karamanis, ۲۰۱۷).

با توجه به مسائل و مشکلات موجود پژوهش حاضر به دنبال بررسی اهمیت و نقش زنان بافنده روستایی در توسعه گردشگری می‌پردازد.

## ۲- روش تحقیق

این مقاله به روش مروری و مطالعه و بررسی اسنادی تهیه شده است.

## ۳- پیشینه تحقیق

در جست‌وجوهای اولیه مطالعات محدودی را می‌توان در زمینه گردشگری مشاهده کرد. با توجه به اهمیت صنایع دستی در گردشگری روستایی، سابقه گردشگری روستایی در کشورهای مختلف به شرح زیر است؛



## ✓ گردشگری روستایی در اسرائیل

گردشگری روستایی در اسرائیل مبتنی بر امکانات طبیعی و روش زندگی روستایی است. رستوران‌های محلی انواعی از خوراکی‌ها از غذاهای گیاهی تا آشپزی به سبک قومی را ارائه می‌دهند. فعالیت‌های محبوب در تعطیلات روستایی شامل فعالیت‌های آبی، پیاده‌روی‌های طبیعی، بازدید از پارک‌های ملی و گشت‌وگذار در شهرک‌های روستایی است (Fleischer & Pizam, ۱۹۹۷)

## ✓ گردشگری روستایی در هند

صنعت گردشگری به‌عنوان یک ابزاری مهم در توسعه اقتصادی اقتصاد هند ظاهر شده است، به‌ویژه در مناطق روستایی دورافتاده. صنعت گردشگری در جست‌وخیزی‌هایی در هند در حال گسترش است، به‌ویژه در قرن بیست‌ویکم، به‌عنوان یک کاتالیزوری در توسعه اجتماعی - اقتصادی هم مناطق روستایی و هم شهری از دو دهه گذشته فعالیت می‌کند. گردشگری روستایی از طریق چند روش مهم، از جمله حذف فقر، ارتقاء استانداردهای زندگی، توسعه مناطق روستایی، کاهش بیکاری و غیره به اقتصاد کمک می‌کند. حقوق و دستمزدهای ارائه شده به‌وسیله این بخش بیشتر از بخش‌های دیگر اقتصادی است، بنابراین جذاب و ارائه‌دهنده اشتغال برای نیروی کار بزرگی است. این صنعت افق کاری خود را از اپراتورهای تور سنتی، هتل‌ها، رستوران‌ها و سواحل دریا، به مناطق جدید جذاب گردشگری از طریق تنوع و نوآوری در ساختار و نظام گردشگری سنتی آغاز کرده است. در دو دهه گذشته، صنعت مسافرتی و گردشگری، گردشگری روستایی، گردشگری میراثی، گردشگری سلامتی، گردشگری پزشکی و اکوتوریسم را در میان دیگران ارتقاء داده است (Biswas & Kushwaha, ۲۰۱۸).

گردشگری روستایی در هند به‌دلیل فاکتورهای مختلفی از قبیل: فقدان زیرساخت‌ها، امکانات شهری، عدم تبلیغات و آگاهی و دسترسی مردم به مکان‌های توریستی مورد غفلت واقع شده است؛ در نتیجه، گردشگران از کشور وطن و کشورهای خارج بازدید مکان‌های شهری توریستی را ترجیح می‌دهند. این امر موجب ازدحام گردشگران در شهر، مکان‌های مذهبی و تاریخی می‌شود. ضمناً، مکان‌های گردشگری متعددی ناشناخته و غافل در کمربندهای روستایی کشور باقی می‌مانند (Ray et al., ۲۰۱۲).

## ✓ گردشگری روستایی در انگلستان، آلمان، اتریش، نروژ و کانادا

در مناطق روستایی انگلستان دولت در توسعه پارک‌ها و قصرها به‌عنوان یک زیرساخت برای گردشگری روستایی سرمایه‌گذاری کرده و حمایت مالی به کشاورزان برای توسعه واحدهای گردشگری کرده است. در کشورهای دیگر مانند: آلمان، اتریش و نروژ یک نوع توسعه از پایین به بالا رخ داده است، اما سازمان‌های دولتی و غیردولتی در روش‌های مختلف پشتیبانی می‌کنند. در بسیاری از موارد، افزایش گردشگری روستایی به‌وسیله سازمان‌های ملی و محلی حمایت می‌شد. اگرچه گردشگری روستایی در بیشتر کشورهای اروپایی و در بیشتر شهرهای کانادایی رواج دارد، اما آن به این معنی نیست که به اروپا و کانادا محدود شده است (Fleischer & Pizam, ۱۹۹۷).

### ✓ گردشگری روستایی در اسپانیا

طی دهه‌های گذشته گردشگری روستایی به یکی از اصلی‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در اکثر مناطق روستایی اسپانیا تبدیل شده است. قطعیت در این توسعه تغییر در مشتریان گردشگری با توجه به انگیزه‌ها و الگوهای سفر آنها بوده است. نیروی محرک اصلی گردشگری روستایی در اسپانیا به وسیله توسعه نهادی مختلف پشتیبانی شده، پروژه‌ها در حوزه‌ها و مناطق مختلف در اواسط دهه ۱۹۸۰ تأمین شده است. از بین این‌ها تراموندی، آستوریاس<sup>۱</sup> شاید شناخته‌شده‌ترین باشد (Pina & Delfa, ۲۰۰۵).

### ✓ گردشگری روستایی در فرانسه

در برخی کشورها، ایده توسعه گردشگری روستایی توسط دولت صورت گرفت. در سال ۱۹۵۰ دولت فرانسه پروژه «Gites Ruraux» برای کاهش سرعت مهاجرت جمعیت روستایی به مراکز شهری آغاز کرد. از کشاورزان برای نوسازی ساختمان‌های مزرعه غیرقابل استفاده حمایت شد (Fleischer & Pizam, ۱۹۹۷).

### ✓ گردشگری روستایی در تایلند

گردشگران تایلند در سال ۱۹۸۹، در حدود ۱۰۰۰ میلیون دلار برای خرید و یا در حدود یک سوم کل هزینه‌های گردشگری در منطقه پرداخته‌اند. بخش قابل توجهی از این هزینه مربوط به سوغات صنایع دستی بود. مانند بسیاری از جنبه‌های گردشگری در جنوب شرقی آسیا مزایای اقتصادی و توزیعی ترویج صنایع دستی به وسیله تنوعی از هزینه‌ها، به ویژه با مواد فرهنگی غنی و متنوع تایلند متعادل می‌شود. نوسازی و تحول در بخش سنتی صنایع دستی ضروری است اگر تولیدکنندگان به سرعت تقاضای رو به رشد برای محصولات خود را برآورده کنند، به ضرورت تغییراتی در روش‌های تولید ایجاد خواهد کرد و ممکن است همچنین به کاهش کیفیت و ساخت منجر شود. تایلند یکی از بی‌تعادل‌ترین و متمرکزترین الگوهای توسعه اقتصادی در جهان در حال توسعه را نشان می‌دهد. علی‌رغم عرضه گردشگری بالقوه به عنوان چاره گسترش فعالیت اقتصادی به مناطق حاشیه، عقب افتاده به لحاظ اقتصادی، پیشرفت در توسعه گردشگری در تایلند در این رابطه ناامیدکننده بوده است. تقاضای فزاینده برای محصولات صنایع دستی سنتی نشان‌دهنده یک وسیله بالقوه مهم است که مناطق روستایی در مناطق حاشیه‌ای ممکن است بتوانند مدعی سهمی از دلار گردشگری باشند. صنایع روستایی (تولید برنج و ساخت کوسن) در شمال شرقی تایلند پتانسیل موجود برای تحول در تولید صنایع دستی را در ارتباط با گردشگری نشان می‌دهد (Parnwell, ۱۹۹۳).

### ✓ گردشگری روستایی در آمریکا

<sup>۱</sup> Taramundi, Asturias

در ایالت متحده آمریکا تا سال ۱۹۸۰، دولت فدرال (وزارت کشاورزی آمریکا) کشاورزان را ترغیب کرد که گردشگری مزرعه را به عنوان وسیله برای تکمیل درآمدشان در نظر بگیرند و به آنها با تأسیس تعاونی‌های مزارع تعطیلی کمک کند. یازده سال بعد در یک پیمایش در سال ۱۹۹۱ برنامه‌های گردشگری روستایی تحت حمایت دولت، ۳۰ ایالت آمریکا برنامه‌های گردشگری به طور خاص برای مناطق روستایی مورد هدف قرار داد (Fleischer & Pizam, ۱۹۹۷).

#### ۴- یافته‌ها

برخی منابع، صنایع روستایی، به‌ویژه صنایع دستی را به عنوان مهم‌ترین مقوله در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و بهبود معیشت روستانشینان و در نهایت کاهش مهاجرت آنان معرفی کرده‌اند. تا قبل از دهه ۱۹۵۰ به صنایع کوچک روستایی توجه زیادی نمی‌شد، اما در دهه ۱۹۵۰ بسیاری از کشورهای در حال توسعه برای مقابله با فقر و بیکاری، برنامه‌ریزی‌های گسترده‌ای برای توسعه این صنایع به عمل آوردند. ایران نیز پس از انقلاب اسلامی از طریق وزارت جهادسازندگی، صنایع روستایی را بیشتر از گذشته مورد توجه قرار داد و با ترسیم اهداف زیر به دنبال توسعه صنایع دستی بود: ۱. کمک به توسعه پایدار و عمران روستاهای برای بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستانشینان؛ ۲. کمک به افزایش صادرات غیرنفتی؛ و ۳. تولید و تأمین بخشی از کالاهای مورد نیاز کشور (دیوسالار، ۱۳۹۵). برای توسعه پایدار روستایی، توجه به صنایع دستی و هنرهای بومی و نوآوری در طرح‌های اصیل روستایی از راهکارهای مهم به‌شمار می‌رود. از نظر پیتر دورند<sup>۱</sup>، توسعه اقتصادی به معنای بسط امکانات و پرورش هنر بومی و صنایع دستی زنان و مردان، برای جلوگیری از فقر ضروری است (پاکزاد، ۱۳۹۴).

جاهان و موهان<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، صنایع دستی را «محصولات مرتبط به صنایع یا صنایع دستی، تولید شده به وسیله صنعت‌گران، کاملاً به وسیله دست یا با کمک ابزار دستی و حتی ابزار مکانیکی تولید می‌شود»، تعریف می‌کند.

فرش کف‌پوش بافته شده است که معمولاً شامل یک لایه رویی از کرک متصل شده به پشت است. فرش برای اهداف مختلفی مانند محافظت کردن از پاهای یک شخص در برابر سرما و کف سرامیکی، ایجاد یک اتاق راحت‌تر و مکانی برای نشستن بر روی کف، کاهش صدای راه رفتن و اضافه کردن دکوراسیون یا رنگ به یک اتاق استفاده می‌شود (Srivastava, ۲۰۱۸).

#### ✓ صنعت گردشگری در ایران

در حدود ۸۰٪ از صادرات ایران از طریق درآمدهای نفت و گاز حاصل می‌شود. این واقعیت ساده یک اثر تحریف‌کننده اصلی در تلاش برای توسعه بخش‌های دیگر در اقتصاد شامل گردشگری دارد (O'Gorman, McLellan, & Baum, ۲۰۰۷). در دهه گذشته تعداد گردشگران بین‌المللی در کشور ایران به طور پیوسته افزایش یافت. در سال ۱۹۹۹ ایران ۱/۳۴۱ میلیون بازدیدکننده بین‌المللی (۳۲/۵ میلیون گردشگر داخلی) ثبت کرد، و پنج سال بعد، ۱/۶۵۹ میلیون بازدیدکننده خارجی وجود داشت (در سال ۱۹۹۰ تنها ۹۳۰۰ وجود داشت). در سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۷ (سال ۱۳۷۵ مطابق با تقویم ایرانی)، این کشور به وسیله ۲۷۳۵ میلیون گردشگر بازدید شد. در حال حاضر، گردشگری بین‌المللی درآمدهایی بالغ بر ۵۰۰ میلیون یورو تولید می‌کند. بیش از ۸۰٪ گردشگران بین‌المللی از کشورهای همسایه می‌آیند. دلایل اصلی بازدید از کشور به تجارت مربوط است

<sup>۱</sup> Peter Duran

<sup>۲</sup> Jahan & Mohan

(۳۰٪)؛ مذهب (۳۰٪)، به‌ویژه زیارت حرم‌های شیعه و زائرنی که به مکه در عربستان سعودی یا کربلا در عراق می‌روند؛ بازدید دوستان و آشنایان (۲۶٪). بخش گشت‌وگذار در مسافت‌های طولانی حدود ۱۰٪ است که در حدود ۲۷۰۰۰۰ گردشگر را نشان می‌دهد (Sarmiento & Etemaddar, ۲۰۰۹).

## ➤ انواع گردشگری

بر اساس مطالعه گارتنر<sup>۱</sup> (۱۹۹۶)، لاتون و ویور<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) و کریستو<sup>۳</sup> (۲۰۱۲)، اشکال گردشگری را می‌توان در تقسیم‌بندی‌های زیر به شفافیت طبقه‌بندی نمود:

- ۱) گردشگری فرهنگی و تاریخی، مبتنی بر شناسایی بی‌نظیر از مکان بازدیدشده؛
- ۲) گردشگری سلامتی، بستگی بر منابع و نوع تسهیل؛
- ۳) گردشگری مشاوره - گفت‌وگو، بسته به نوع فعالیت و هدف از جلسه؛
- ۴) گردشگری ورزشی، بسته به هیجان و هم‌توانایی انجام فعالیت؛
- ۵) تماس با طبیعت، فعالیت‌های اکوتوریسم، بسته بر محیط زیست حفاظت‌شده دارای ثروت طبیعی؛
- ۶) و گردشگری سرگرمی، بسته به دسترسی به طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های وابسته به تفریح.

## ➤ گردشگری خلاق

مفهوم گردشگری خلاق اخیراً از دیدگاه‌های مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. یکی از رهیافت‌ها گردشگری خلاق را به مفهوم تسریع در توسعه منطقه‌ای می‌داند. رهیافت خلاقانه با توجه به فاکتورهای زیر نقش مهم‌تری در استراتژی‌های توسعه منطقه‌ای تعیین کرده‌اند: رشد اقتصادی نمادین، خلاقیت را در جایگاه ممتازی در مقایسه با محصولات فرهنگی قرار می‌دهد؛ شهرها و مناطق تمایل به استفاده از فرهنگ به‌عنوان فاکتوری که باعث افزایش نرخ رشد اقتصادی می‌شود، دارند، از این رو، آن‌ها باید به‌دنبال محصولات فرهنگی جدید برای ایجاد مزیت‌های رقابتی باشند که آن‌ها را در بازاری که روز به روز شلوغ‌تر می‌شود، استثنا کند. مقاصدی که فاقد آثار فرهنگی هستند باید در جست‌وجوی روش‌های جدید افزایش رقابت خود در مقایسه با مناطقی باشند که می‌توانند تعدادی از آثار فرهنگی را به خود اختصاص دهند (Gordin & Matetskaya, ۲۰۱۲). ماهیت این رویکرد برای مطالعه گردشگری شامل درک گردشگران به‌عنوان مصرف‌کننده است (OECD, ۲۰۰۹).

گردشگری خلاق نسل جدیدی از گردشگری محسوب می‌شود. اولین نسل گردشگری ساحلی بود که در آن افراد به مکانی برای استراحت و اوقات فراغت می‌آمدند؛ دومین نسل گردشگری فرهنگی با محوریت موزه‌ها و تورهای فرهنگی بود. گردشگری خلاق شامل تعامل بیشتر بود که در آن بازدیدکننده یک تعامل آموزشی، عاطفی، اجتماعی و مشارکتی با مکان، فرهنگ زندگی خود و افرادی که آنجا زندگی می‌کنند، دارد. آن‌ها احساسی مشابه یک شهروند دارند. این نسل سوم نیازمند این است که مدیران خلاقیت در شهرشان را به‌عنوان یک منبع و فرصت‌های جدید برای برآورده کردن منافع گردشگری در حال تحول بشناسند و آن را ارائه دهند. گردشگری خلاق دارای میزان بیشتری از موجودی و مشارکت تجاری درحالی‌که گردشگری فرهنگی اساساً مدیریت و تأمین مالی به‌وسیله بخش دولتی می‌شود (Network, ۲۰۰۶).

<sup>۱</sup> Gartner

<sup>۲</sup> Lawton & Weaver

<sup>۳</sup> Christou



## ➤ گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی به طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها اشاره می‌کند که مسافر را برای یادگیری در مورد تاریخ، میراث و شیوه زندگی سایر مناطق قادر می‌کند. ترکیب موزه‌ها، جشنواره‌ها، معماری، اماکن تاریخی و اجراهای هنری همچنین هر تجربه‌ای که یک فرهنگ را در تماس با غیر برای هدف خاص در یک موقعیت گردشگری می‌رساند. گردشگری فرهنگی یک نوعی از گردشگری با بهره خاص است. آن هم به‌عنوان یک محصول توریستی و هم به‌عنوان یک موضوع محبوب است. در طی ۴۰ سال گذشته با جنبش‌های گردشگری بین‌المللی محبوبیت بیشتری پیدا کرده است (NEDEA, ANDREI, & POP, ۲۰۱۱).

گردشگری فرهنگی دارای سابقه‌ای طولانی است، اما گذشته آن شواهدی منحصر از تغییر و تحولات سریع نشان می‌دهد. این تغییرات بالقوه جلودار اشکال جدید گردشگری فرهنگی که ممکن است در آینده اهمیت بیشتری پیدا کند. این‌ها شامل اشکال جدید مصرف فرهنگی رانده‌شده به وسیله فناوری‌های جدید همانند واقعیت افزوده و دستگاه‌های تلفن همراه است (Richards, ۲۰۱۴).

## ➤ گردشگری روستایی

توسعه روستایی نیاز به یک رویکرد یکپارچه از جمله: جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد. گردشگری روستایی یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه روستایی است (Külekçi et al., ۲۰۱۲). یکی از مهم‌ترین موضوعات توسعه جوامع روستایی استفاده از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای توسعه است. مقدار مناسبی از اطلاعات در مورد گردشگری روستایی شامل: تحلیل اقتصادی گردشگری، تأثیرات آن و اثر آن بر مردم است (Lewis, ۱۹۹۸).

اقامت در خانه مزرعه، خواب و صبحانه و لذت بردن از مهمان‌نوازی به سبک خانواده یک شکل از بازی گردشگری است که از نظر روان‌شناختی مقابل تفریح شهری است. در مورد همین موضوع پیرس<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) مطرح می‌کند که جذابیت جهانی گردشگری روستایی به اتفاقات عادی و روزمره یک جامعه روستایی استوار است. این مشکل به هر حال در تصویر یا تعریف بازدیدکننده از «فعالیت‌های روزمره» نهفته است (Cánoves, Villarino, Priestley, & Blanco, ۲۰۰۴). گردشگری روستایی به‌عنوان یک رویکرد مناسب برای توسعه پایدار روستایی مطرح است. همچنین گردشگری روستایی به‌عنوان یک وسیله حمایتی برای مناطقی که دچار رکود در تأمین معاش خود هستند، مطرح است (Sillignakis, ۲۰۰۱). گردشگری روستایی به‌عنوان کاتالیزوری کارآمد برای توسعه و بازسازی اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی شناخته شده است (صفایی پور، دامن باغ، طاهری و رزمگیر، ۱۳۹۳). سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی در مناطق روستایی به‌عنوان جایگزینی برای کشاورزی توسعه‌یافته است (Fleischer & Tchetchik, ۲۰۰۵). گردشگری روستایی موجب تقویت اقتصاد محلی، تحولات اجتماعی - فرهنگی و سبک زندگی افراد ساکن در مناطق گردشگری می‌شود (Ray et al., ۲۰۱۲). اهمیت گردشگری روستایی به‌عنوان بخشی از کل بازار گردشگری بستگی به منابع تفریحی / گردشگری هر کشور، زیرساخت‌ها، مناظر، دسترسی به بازار و حضور انواع دیگر محصولات گردشگری دارد. اغلب، یک کشور با یک نوع مقصد و محصول عمده

<sup>۱</sup> Pearce



گردشگری مرتبط شده است، مثلاً اتریش با گردشگری کوهستانی و روستایی، مصر با گردشگری فرهنگی و مدیترانه با گردشگری ساحلی (Kastenholz, Davis, & Paul, ۱۹۹۹).

گردشگری روستایی زیرمجموعه‌ای از گردشگری است که شامل: جنبه‌های مختلفی همچون گردشگری مزرعه/کشاورزی، گردشگری فرهنگی، طبیعت گردی، گردشگری ماجراجویانه و اکوتوریسم است. هر شکل از گردشگری که زندگی، هنر، فرهنگ و میراث روستایی در مناطق روستایی را نشان می‌دهد. بدین وسیله به جوامع محلی به لحاظ اقتصادی و اجتماعی فایده رسانده، همچنین به تعامل بین گردشگران و افراد محلی برای یک تجربه گردشگری غنی تر قادر ساخته و می‌تواند با عنوان گردشگری روستایی شناخته شود. گردشگری روستایی به ضرورت یک فعالیت است که در حومه شهرها صورت می‌گیرد (Kumra, ۲۰۰۸).

مفهوم گردشگری روستایی اساساً بر محصولات معروف بستگی دارد. در پاسخ به چنین مواردی، جوامع مستقل با توجه به اختیارات گسترده قانون‌گذاری‌شان، طیف گسترده‌ای از نام‌های تجاری را برای اسکان‌های روستایی در اسپانیا ایجاد کرده‌اند (Pina & Delfa, ۲۰۰۵). گردشگران برای محصولات و خدمات روستایی هزینه می‌کنند و از طریق آن یک تقاضای خودمختار (بیرونی) برای محصولات و خدمات یک منطقه ایجاد می‌کنند. این به نوبه خود تأثیر مستقیمی بر تولید، درآمد و اشتغال دارد (Skuras, Petrou, & Clark, ۲۰۰۶).

بر اساس مطالعه راتز و پاکزکو<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) گردشگری روستایی به صورت زیر تعریف می‌شود:

گردشگری روستایی شامل طیف وسیعی از فعالیت‌ها، خدمات و امکانات فراهم شده به وسیله کشاورزان و افراد روستایی برای جذب گردشگران به منطقه خود به منظور تولید درآمد اضافی برای کسب و کارشان است. در این تعریف گردشگری روستایی نه تنها گردشگری مزرعه را در برمی‌گیرد، بلکه شامل گشت‌وگذار در مناطق روستایی و خدمات شامل اقامت، رویدادها، جشن‌ها، خوراک شناسی، تفریح صحرایی، تولید و فروش صنایع دستی و محصولات کشاورزی و غیره است. از این رو، از جمله مزایای بالقوه گردشگری روستایی می‌توان به رشد اشتغال، بهبود اجتماعی و احیای صنایع دستی اشاره نمود (Ludena Vaquerizo, ۲۰۱۳).

## محرك‌های گردشگری روستایی

محرك‌های گردشگری روستایی بر اساس مطالعه لاندنا<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) عبارت‌اند از:

- دوران مدرن یا عصر شهرنشینی است. بیشتر مردم در شهرهای بزرگ در وسط فشار یکنواختی و فشار شلوغی زندگی شهری زندگی می‌کنند. همه آلودگی‌های صوتی و محیط‌های نه‌چندان طبیعی شهرها افراد را گاهی اوقات کاملاً خسته و فرسوده می‌کند و آن‌ها می‌خواهند به محیط‌های روستایی فرار کنند، جایی که آن‌ها می‌توانند زندگی بدون استرس داشته باشند و فرصتی برای برقراری مجدد با یک زندگی ساده‌تر و آرام‌تر که استراحت و تمدد اعصاب را ارائه می‌دهد.

<sup>۱</sup> Rätz & Puczko

<sup>۲</sup> Ludena Vaquerizo

- تبلیغات جذاب در رسانه‌های مختلف، کنجکاوی و خستگی ایجاد شده به وسیله بازدید از مکان‌های گردشگری سنتی به صورت مکرر ممکن است باعث شود گردشگران به سمت مناطق روستایی برای اندکی گردشگری روستایی سوق پیدا کنند؛
- تمایل به نزدیکی به طبیعت؛
- همچنین به دلیل اینکه این روزها همه امکانات حمل و نقل و ارتباطات، مناطق روستایی را دسترس پذیرتر کرده است؛
- مناطق روستایی اغلب به دلیل داشتن هوای تازه تر و غذا و فرصت برای تفریح در فضای باز به عنوان سالم ترین درک می شود؛
- مناطق روستایی همچنین با فرهنگ خاص، هنر و شیوه زندگی خاص خود که بسیار جذاب برای مردم است به تصویر کشیده می شود؛
- میل به تجارب معتبر شامل صحبت با مردم محلی به دلیل اعتباری که مورد باور است که در تجارب و شیوه‌های حقیقی هر سرزمینی یافت می شود.

### مزایای گردشگری روستایی

- گردشگری روستایی نه تنها برای افراد محلی، بلکه برای گردشگران، دولت و چشم انداز آینده مفید است. برخی از مزایای مهم گردشگری روستایی عبارت‌اند از (Ludena Vaquerizo, ۲۰۱۳):
- گردشگری روستایی بدیهی است که یک صنعت کوچک می‌باشد، بنابراین نمی‌تواند مانند خود دولت شغل ایجاد کند، اما آن می‌تواند در حفظ شغل کمک کند. به ویژه آن در افزایش جریان خرده فروشی، حمل و نقل، مهمان نوازی، مراقبت‌های پزشکی، کشاورزی و ماهیگیری کمک می‌کند؛
  - آن شغل‌هایی را برای افراد محلی در مکان‌های مرتبط به گردشگری مانند: هتل‌ها، بنگاه‌های تهیه غذا برای هتل‌ها، خرده‌فروشی، حمل و نقل، ارتباطات و تفسیر آثار باستانی ایجاد می‌کند؛
  - قطعا فرصتی برای جوانان منطقه می‌دهد تا در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری شرکت کنند؛
  - به رونق مشاغل جدید کمک می‌کند. حرفه صنایع دستی و حرفه غذای محلی به تقاضا می‌رسد وقتی جریان گردشگران افزایش می‌یابد؛
  - آن در حفظ فرهنگ و میراث روستایی کمک می‌کند، زیرا وقتی افراد درک می‌کنند که فرهنگ و میراث آن‌ها منبع موفقیت آن‌هاست، آن‌ها برای حفظ فرهنگ و میراث خود غیرتی می‌شوند؛
  - گردشگری پول می‌آورد و از آن پول می‌توان برای نگهداری محیط استفاده کرد؛
  - محیط زیست آن مکان همچنین بهبود می‌یابد، زیرا مانند زندگی روزمره ما وقتی ما منتظر مهمان هستیم، خانه را تا آنجا که می‌توانیم تمیز می‌کنیم؛ افراد محلی تلاش می‌کنند روستای خود را برای گردشگران تمیز نگه دارند.



## ➤ نقش صنایع دستی در گردشگری

خدمات گردشگری روستایی تجربه پیچیده ترکیبی از خدمات و (به عنوان مثال، تختخواب و صبحانه و امکانات محلی یا محصولات (از قبیل: غذای محلی، کار صنعتی و محصولات صنایع دستی) است. از این رو، متخصصان اقتصاد کشاورزی و روستایی بایستی تلاش‌ها را در تحقیق مناطق گردشگری روستایی تشدید کنند، زیرا این مستقیماً به توسعه روستایی، فعالیت‌های متنوع‌سازی مزرعه و صنعت تولید مواد غذایی و صنایع دستی محلی مرتبط است (Skuras et al., ۲۰۰۶).

یک نمونه از روستاهای فعال در گردشگری می‌توان به روستای لوپاتی اشاره کرد. این روستا انواع مختلفی از تورهای پختنی و صنایع دستی را دارد. این روستا به پخت نودلهایی مشهور است که 'mie' نامیده می‌شود، همچنین لوبیا، سویا، کیک سنتی، گیاهان دارویی و شیر تازه. این روستا همچنین به دلیل داشتن صنایع دستی بی‌نظیر همانند بامبو باتیک شناخته شده است (Vitasurya, ۲۰۱۶).

نمونه دیگر روستای فعال در صنعت گردشگری روستای گورمی<sup>۱</sup> است. در این روستا خانه‌های غار به فضای گردشگری تبدیل شده‌اند. در این روستا راهنمای گردشگری تعدادی از اتوبوس‌های گردشگری را در نزدیک این خانه‌ها نگه داشته و به بهانه بازدید از این خانه‌ها برخی از کالاهای دستی خود را به فروش می‌رسانند (Tucker, ۲۰۰۵). امروزه بسیاری از زنان مسن که در مرکز روستا زندگی می‌کنند، بسیاری از گردشگران در حال گذر را برای دیدن خانه غار خود دعوت کرده و شروع به فروش صنایع دستی خود می‌کنند. در این زمینه نقل‌قول‌هایی وجود دارد اینکه انتظار زنان از پشت در شبیه‌گذاری است و به عقیده برخی از اهالی بسیار شرم‌آور بوده و حاضر به انجام این کار نیستند (Tucker, ۲۰۰۷).

### ۵- نتیجه‌گیری

هدف از مطالعه حاضر بررسی نقش زنان روستایی بافنده فرش دست‌باف در توسعه گردشگری است. بررسی مطالعات نشان داد که گردشگری بر اساس هدف از سفر انواع مختلفی دارد. با توجه به ماهیت تحقیق حاضر بررسی گردشگری روستایی به دلیل محل تولید فرش دست‌باف و حضور زنان بافنده اهمیت دارد. صنعت فرش دست‌باف یکی از مهم‌ترین کالاهای صادراتی پس از نفت است. بازاریابی در این صنعت با توجه به نقش مهم آن اهمیت ویژه‌ای دارد. فروش فرش دست‌باف در مناطق روستایی به گردشگران سبب می‌شود که علاوه بر کسب درآمد از طریق گردشگری و ارائه خدمات به آن‌ها، صنایع دستی و کالای فرهنگی خود را از این طریق به فروش رسانده و در نهایت سبب رونق و توسعه این صنعت خواهد شد. مطالعات در کشورهای مختلف نشان داده که فروشندگان اصلی صنایع دستی در روستاها زنان هستند، به گونه‌ای که در مناطق ایلیاتی اکثریت جاذبه‌های گردشگری به صورت مستقیم به زنان قبیله وابسته است. این مطالعه ضمن بررسی نقش و اهمیت گردشگری روستایی به توسعه صنایع دستی از جمله فرش دست‌باف در مناطق روستایی می‌پردازد، لذا پیشنهاد می‌شود با توسعه گردشگری در مناطق روستایی ضمن افزایش اشتغال برای افراد روستایی از طریق فروش صنایع دستی و سایر خدمات رفاهی، سبب کاهش مهاجرت نیز بشود.

<sup>۱</sup> Göreme



## ۶- مراجع

- دیوسالار، ا. (۱۳۹۵)، «نقش صنایع دستی در اقتصاد گردشگری روستایی، مورد: روستاهای کوهپایه‌ای شهرستان بهشهر»، *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، (۲): ۱۷۴-۱۶۱.
- پاکزاد، ز. (۱۳۹۴)، «نقش صنایع دستی در کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی»، *جلوه هنر*، (۱): ۲۹-۴۲.
- صفایی پور، م.، دامن باغ، ص.، طاهری، ح.، و رزمگیر، ف. (۱۳۹۳)، «تحلیل نقش گردشگری در اقتصاد روستایی، مطالعه موردی: دهستان بان زرده- شهرستان دالاهو»، *پژوهش‌های روستایی*، (۲): ۴۴۴-۴۲۳.
- انوری، م.، بلوچی، ع. و هاشم‌زهی، ا. (۱۳۹۱)، «نقش محوری گردشگری روستایی در توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای ناحیه تفتان، شهرستان خاش)»، *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، (۱۰): ۸۶-۷۷.
- Biswas, S., & Kushwaha, S. P. (۲۰۱۸). TOURISM ECONOMICS: GROWING NEED FOR INDIA IN ۲۱st CENTURY. *Social Development*, X, ۷۰-۷۸ .
- Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G. K., & Blanco, A. (۲۰۰۴). Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, ۳۵(۶), ۷۵۵-۷۶۹ .
- Christou, L. (۲۰۱۲). Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: The case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. *Journal of business administration online*, ۱۱(۱), ۱-۸ .
- Ei, T., & Karamanis, K. (۲۰۱۷). The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background. *Business & Entrepreneurship Journal*, ۶(۱), ۱-۴ .
- Fleischer, A., & Felsenstein, D. (۲۰۰۰). Support for rural tourism: Does it make a difference? *Annals of tourism research*, ۲۷(۴), ۱۰۱۰-۱۰۲۴-۰۷ .
- Fleischer, A., & Pizam, A. (۱۹۹۷). Rural tourism in Israel. *Tourism management*, ۱۸(۶), ۳۶۷-۳۷۲ .
- Fleischer, A., & Tchetchik, A. (۲۰۰۵). Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism management*, ۲۶(۴), ۴۹۳-۵۰۱ .
- Gartner, W. C. (۱۹۹۶). *Tourism development: Principles, processes, and policies*: Wiley.
- Golmohammadi, F., & Honari, Y. (۲۰۱۶). Rural women cooperative and its development impacts in Khorashad village, Birjand in South Khorasan Province-East of Iran. *Indian Research Journal of Extension Education*, ۱۶(۱), ۶۱-۶۷ .
- Gordin, V., & Matetskaya, M. (۲۰۱۲). Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art .
- Kastenholz, E., Davis, D., & Paul, G. (۱۹۹۹). Segmenting tourism in rural areas: the case of North and Central Portugal. *Journal of Travel research*, ۳۷(۴), ۳۵۳-۳۶۳ .
- Kaul, R. (۱۹۸۵). Dynamics of tourism: A trilogy (Vol. ۱۱۱) Transportation and Marketing. *New Delhi: Sterling Publishers* .
- Külekcı, E. A., Sezen, I., & Bulut, Y. (۲۰۱۲). The role of women in rural tourism, the sample of Gaziler Village (Bardiz), Erzurum, Turkey. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, ۱۰(۲), ۱۳۱۹-۱۳۱۹ .
- Kumra, R. (۲۰۰۸). *Service quality in rural tourism: A prescriptive approach*. Paper presented at the conference on tourism in India—Challenges ahead.
- Lane, B. (۱۹۹۴). What is rural tourism? *Journal of sustainable tourism*, ۲(۱-۲), ۷-۲۱ .
- Lawton, L., & Weaver, D. (۲۰۰۱). Nature-based tourism and ecotourism. *Tourism in the twenty-first century: reflections on experience*, ۳۴-۴۸ .
- Lewis, J. B. (۱۹۹۸). A rural tourism development model. *Tourism Analysis*, ۲(۲), ۹۱-۱۰۵ .
- Ludena Vaquerizo, F. (۲۰۱۳). *Rural Tourism Development in Nepal*. (Bachelor's Thesis), Tampere University of Applied Sciences .
- NEDEA, P.-S., ANDREI, M., & POP, I. (۲۰۱۱). Diversity of cultural tourism in Turkey. *Annals-Tibiscus University. Economic Science Series*, ۱۷, ۳۴۹-۳۵۷ .
- Network, U. C. C. (۲۰۰۶). *Towards sustainable strategies for creative tourism*. Paper presented at the Discussion Report of the Planning Meeting for ۲۰۰۸ International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, USA, October ۲۵-۲۷.
- O'Gorman, K., McLellan, L., & Baum, T. (۲۰۰۷). Tourism in Iran: central. *Tourism and Indigenous Peoples*, ۲۵۱ .



- OECD. (۲۰۰۹). *The Impact of Culture on Tourism*. Paris: OECD.
- Parnwell, M. J. (۱۹۹۳). *Tourism and rural handicrafts in Thailand*. London: Routledge.
- Pearce, P. L. (۱۹۹۰). Farm tourism in New Zealand: A social situation analysis. *Annals of tourism research*, ۱۷(۳), ۳۳۷-۳۵۲ .
- Pina, I. P. A., & Delfa, M. T. D. (۲۰۰۵). Rural tourism demand by type of accommodation. *Tourism management*, ۲۶(۶), ۹۵۱-۹۵۹ .
- Rátz, T., & Puczko, L. (۱۹۹۸). *Rural tourism and sustainable development*. Paper presented at the rural tourism management: sustainable options international conference.
- Ray, N., Dash, D. K., Sengupta, P. P., & Ghosh, S. (۲۰۱۲). Rural Tourism and It's Impact on Socioeconomic Condition: Evidence from West Bengal, India. *Global Journal of Business Research*, ۶(۲), ۱۱-۲۲ .
- Richards, G. (۲۰۱۴). Tourism trends: The convergence of culture and tourism. *The Netherlands: Academy for Leisure NHTV University of Applied Sciences* .
- Sarmiento, J. C. V., & Etemaddar, F. (۲۰۰۹). *Nomad tribal women and tourism development: the Khamseh tribes, Iran*. Paper presented at the Traditions and Transformations: Tourism, Heritage and Cultural Change in the Middle East and North Africa Region, ۴-۷ April ۲۰۰۹, Amman, Jordan.
- Sillignakis, K. (۲۰۰۱). Rural tourism: an opportunity for sustainable development of rural areas. URL: <https://ru.scribd.com/document/۴/۹۰۷۳۸۲۸Rural-Tourism-Finall-ALL> (accessed ۳۰ October ۲۰۱۸) .
- Skuras, D., Petrou, A., & Clark, G. (۲۰۰۶). Demand for rural tourism: the effects of quality and information. *Agricultural economics*, ۳۵(۲), ۱۸۳-۱۹۲ .
- Srivastava, V. (۲۰۱۸). *A study on hand knotted carpet industry of Jaipur city*. Retrieved from
- Tucker, H. (۲۰۰۵). *Living with tourism: Negotiating identities in a Turkish village*: Routledge.
- Tucker, H. (۲۰۰۷). Undoing shame: Tourism and women's work in Turkey. *Journal of Tourism and Cultural change*, ۵(۲), ۸۷-۱۰۵ .
- Vitasurya, V. R. (۲۰۱۶). Local wisdom for sustainable development of rural tourism, case on Kalibiru and Lopati village, province of Daerah Istimewa Yogyakarta. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, ۲۱۶, ۹۷-۱۰۸ .