

تحلیل و بازنگری شاخص‌های انتخاب و ارزیابی روستاهای هدف گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان اصفهان)

حجت‌الله صادقی* - استادیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

تاریخ دریافت: ۰۲ مهر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۳ آذر ۱۴۰۳

چکیده

مقدمه: بکارگیری شاخص‌های انتخاب یک مکان به عنوان منطقه یا مکان گردشگری از مهمترین موضوعات در راستای توسعه گردشگری است. بر همین اساس تعریف شاخص‌های استاندارد برای تعیین و توسعه روستاهای هدف گردشگری دارای اهمیت است.
هدف پژوهش: در این پژوهش هدف تحلیل و بازنگری شاخص‌های انتخاب و ارزیابی روستاهای هدف گردشگری با هدف گردشگری پذیر بیشتر و کمک به توسعه پایدار روستایی در استان اصفهان است.

روش‌شناسی تحقیق: روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات اسنادی و میدانی است. جهت این تحقیق ۱۵ کارشناس از طریق تکنیک مصاحبه و با روش کیفی جهت شناخت و کشف شاخص‌های استاندارد مورد مطالعه قرار گرفته است. بعد از جمع‌بندی شاخص‌ها، ۲۵ روستا در ۵ شهرستان اصفهان، آران و بیدگل، نایین، سمیرم و چادگان در چارچوب شاخص‌های پیشنهادی مورد تحلیل و بررسی میدانی قرار گرفته‌اند.
قلمرو جغرافیایی پژوهش: روستاهای هدف گردشگری در استان اصفهان است.

یافته‌ها و بحث: نتیجه تحقیق نشان داد که شاخص‌های استاندارد برای تعیین روستاهای هدف گردشگری وجود ندارد و صرفاً به وجود یک جاذبه تاریخی، فرهنگی یا طبیعی در روستا اکتفا می‌شود. شاخص‌های تعیین مکان گردشگری در کشور ایران در مرحله ذهنیت قرار دارند در حالی که کشورهای دیگر این شاخص‌ها در مرحله عینت قرار دارند. این تحقیق همچنین نشان داد که روستاهای هدف گردشگری کنونی در استان اصفهان در بسیاری از موارد جذابیت جذب گردشگر را ندارند؛ چرا که بر اساس شاخص‌های مناسب انتخاب نشده‌اند. ۵۹ شاخص در قالب سه مفهوم اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی (۲۹ شاخص)، کالبدی-زیرساختی (۱۵ شاخص) و زیست محیطی-جغرافیایی (۱۵ شاخص) توسط افراد از طریق مصاحبه و همچنین مطالعات اسنادی برای تعیین روستاهای هدف گردشگری و ارزیابی آنها انتخاب شد. مطالعات میدانی در سطح ۲۵ روستا نشان می‌دهد که ۱۸ روستا از شاخص‌های پیشنهادی برخوردار هستند و کیفیت شاخص‌ها نیز متوسط تا خوب است هر چند که ضعف‌هایی نیز در برخی شاخص‌ها وجود دارد.

نتایج: با توجه به ساختارهای مختلف جغرافیایی اعم از طبیعی و انسانی، نتایج بیانگر آن است که امکان پیاده‌سازی دیدگاه شبکه‌ای برای توسعه گردشگری هر کدام از این شهرستان‌ها وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: ارزیابی شاخص، روستاهای هدف گردشگری، توسعه پایدار روستایی.

مقدمه

برنامه‌ریزی فعالیتی است که بشر از آغاز بدان مشغول بوده است؛ زیرا هیچ اقدامی نیست که برای رسیدن به هدف خاصی طرح‌ریزی شود، مگر آنکه شامل برنامه‌ریزی باشد (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۶). تبعیض و نابرابری از مفاهیم مربوط به برنامه‌ریزی فضایی محسوب می‌شوند؛ بنابراین در فضایی که ساکنان آن از نابرابری رنج می‌برند، برنامه‌ریزی فضایی نقش مهمی در کاهش این نابرابری‌ها دارد (Reeves, 2005: 24). در کشور ما دولت ضرورت پرداختن به امر روستا و توسعه آن را از چند دهه پیش احساس کرد و به عنوان محور سیاست‌های توسعه تلقی نمود (میرکتولی و کنعانی، ۱۳۹۰: ۳). توسعه منطقه‌ای مفهومی جدید در ادبیات برنامه‌ریزی می‌باشد که هدف آن خلق چهارچوبی مناسب برای دست‌یابی به یک بهبودی با ثبات در استانداردهای زندگی برای شهروندان و روستاییان است. به طوری که توسعه محلی اساس توسعه منطقه-ای است (Apostolache, 2014: 37). از سوی دیگر، استفاده از ملاحظات علمی جهت تصمیم‌گیری در طول زمان تحول و تکامل زیادی یافته است و اکنون این ملاحظات علمی به عنوان عامل اصلی در همه سطوح تصمیم‌گیری به حساب می‌آیند (Learmonth & Harding, 2006: 247). موفقیت برنامه‌های توسعه نیازمند شناخت نیازها، توان و ظرفیت گروه‌های هدف، تدوین برنامه‌ریزی نظام‌مند و مدیریت دقیق است. به منظور تدوین زیربنای علمی و منطقی برای سیاست‌گذاری توسعه در هر بخشی، لازم است ارزیابی از جنبه‌های مختلف از وضعیت موجود انجام شود (Yu et al, 2010: 1220). یکی از بخش‌های مهم اقتصادی در توسعه روستایی، گردشگری است که نیازمند برنامه‌ریزی و شناخت درست از وضعیت موجود بر اساس منابع انسانی و طبیعی دارد. گردشگری از بخش‌های مهم و درحال رشد سریع در جهان است که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی نیز می‌شود (Osman & Sentosa, 2013: 26).

در سیستم اقتصاد جهانی، صنعت گردشگری روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. با توجه به نقش مهم گردشگری از جمله گردشگری روستایی در عصر حاضر، نمی‌توان از رویکردهای مختلف و تحولات نظام جهانی در عرصه گردشگری چشم‌پوشی نمود (Yang et al, 2021, 38). گردشگری یک پدیده اجتماعی (نظری سرمایه و صیدایی، ۱۴۰۰، ۲۶۱) و از عوامل مؤثر در اشتغال‌زایی و کاهش فقر است (Milova et al, 2017, 439). البته اهمیت صنعت گردشگری بسیار بیشتر از رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی است؛ چنانچه از این صنعت می‌توان برای حفظ و افزایش فرصت‌های مناسب آتی، افزایش آگاهی مردم از طریق شناسایی فرهنگ‌های خاص و ترویج آنها و حتی برای کاهش تنش‌های سیاسی استفاده کرد (Lukjanova, 2019, 4). با توجه به همین ساختار و کارکرد، گردشگری انواع مختلفی دارد که گردشگری روستایی یکی از آنها است. این نوع گردشگری بر پایه جاذبه‌ها و استعدادهای مناطق روستایی با هدف توسعه پایدار روستاها شکل گرفته است (Murty & Shankar, 2020, 6). با توجه به افزایش اوقات فراغت و محدودیت‌های زندگی شهری، اهمیت گردشگری روستایی روزه روز پرنرنگ‌تر می‌شود. در روستاها، جاذبه‌های فراوان وجود دارد که برای گذران اوقات فراغت بازدیدکنندگان شهری یا غیربومی، ظرفیتی بسیار مناسب را فراهم می‌آورد (عسگریور و همکاران، ۱۳۹۲، ۱). گردشگری روستایی منبع با ارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد (Li & Zhong, 2022) است و می‌تواند وسیله مهمی برای توسعه اجتماعی-اقتصادی جوامع روستایی (Ballina, 2020) باشد و به حمایت از محیط‌زیست و فرهنگ روستایی، تولید درآمد (Rosalina et al, 2021, 137)، جذب سرمایه، جلوگیری از مهاجرت روستائیان و متنوع‌سازی اقتصاد (Liu et al, 2020) بپردازد. با توجه به اهمیت گردشگری از جمله گردشگری روستایی در اقتصاد امروز و ضرورت توجه به آن در توسعه، جهت برنامه‌ریزی آن در فضاهای انسانی آنچه بیش از هر چیزی ضروری است، شناخت صحیح از گردشگری و جنبه‌های مختلف آن است (Pantiyasa et al, 2019: 46). با توجه به این امر، سیاست‌ها در زمینه گردشگری به این سمت معطوف شده تا بتواند زمینه حضور گردشگران بیشتری را در مقصد فراهم سازند (Lee et al, 2020: 4). این مهم مستلزم ارائه خدمات و امکانات و توجه به سایر شاخص‌های گردشگری است (Agustina, 2017: 49).

یکی از موضوعاتی که در راستای توسعه گردشگری دارای اهمیت است، انتخاب درست مکان‌ها به عنوان مقاصد هدف گردشگری است. در حقیقت بکارگیری شاخص‌های انتخاب یک مکان به عنوان منطقه یا نقطه گردشگری از مهمترین موضوعات در راستای توسعه گردشگری است؛ چرا که تا یک مکان جذابیت مطلوبی را از نظر جذب گردشگر نداشته باشد، صرف معرفی آن به عنوان یک مکان گردشگری نه تنها به توسعه آن منطقه کمک نمی‌کند، بلکه در برخی موارد خلاف آن نیز اتفاق افتاده است. بر همین اساس تعریف شاخص‌های انتخاب یک مکان به عنوان نقطه گردشگری بسیار ضروری است. چنانچه برای نمونه روستاها یا مکان‌هایی در سطح استان اصفهان یا حتی کشور وجود دارد که به عنوان مکان گردشگری معرفی و ثبت شده‌اند اما شاخص‌های تعیین این موضوع به قدری ضعیف می‌باشد که نام‌گذاری صرف آن مکان به عنوان یک مکان گردشگری نتوانسته به توسعه آن منجر شود. به عبارت دیگر در بسیاری موارد روستاهایی وجود دارد که تنها به دلیل وجود یک اثر تاریخی نه چندان مطرح (نبود جذابیت) یا جاذبه طبیعی نه چندان جذاب به عنوان روستای هدف گردشگری شناخته می‌شود در حالی که فاقد

شاخص‌های دیگری است که یک روستا یا مکان بایستی در حوزه گردشگری داشته باشد. آنچه در این زمینه گویا است این موضوع می‌باشد که شاخص‌های تعیین یک روستا یا مکان به عنوان هدف گردشگری دچار ضعف بوده و ضرورت بازنگری در این شاخص‌ها به منظور رشد و توسعه گردشگری روستایی انکار ناپذیر است. با تغییر و بازنگری در شاخص‌های انتخاب مکان‌های هدف گردشگری نه تنها بسیاری از مشکلات موجود توسعه‌ای می‌تواند مرتفع شود، بلکه جذب گردشگر با توجه به جذابیت یک مکان برای گردشگران نیز تقویت و بهبود خواهد یافت. با کنکاش و بازنگری اساسی در تعیین شاخص‌های انتخاب روستاهای هدف گردشگری در استان اصفهان نه تنها روستاهای جدید دارای قابلیت جذب گردشگری شناسایی شده، بلکه نتایج این مطالعه را می‌توان به سطح مناطق دیگر نیز تعمیم داد.

در زمینه موضوع گردشگری تحقیقات گسترده‌ای انجام شده است اما اینکه تحقیقی با عنوان این پژوهش همپوشانی داشته باشد و یا اینکه در راستای این موضوع باشد، یافت نشد. در حقیقت این تحقیق می‌تواند از این لحاظ نو و جدید باشد. با این وجود به چند نمونه پژوهش که به بحث گردشگری پرداخته‌اند اشاره می‌شود. توسان (۲۰۰۱)، چالش‌های توسعه گردشگری پایدار در کشورهای جهان سوم را بررسی کرده است و معتقد است که این کشورها برای رسیدن به توسعه پایدار گردشگری، نیازمند حمایت نهادها و سازمان‌های بین‌المللی هستند که امنیت در این کشورها از مهمترین بسترهای اولیه است. موريسون و لينچ (۲۰۰۷) در مطالعه که در مورد نقش شبکه گردشگری آفریقای جنوبی انجام داده‌اند اذعان می‌کنند، در سال ۱۹۹۸ شبکه گردشگری آفریقای جنوبی جهت دستیابی به اهدافی چون بازاریابی مؤثرتر از طریق همکاری و ایجاد ظرفیت در محدوده مقصد گردشگری تأسیس شد. سرمایه‌گذاری از طریق هزینه‌های عضویت و حامیان مالی تأمین شد. پارک و یون (۲۰۱۱) در تدوین شاخص‌های ارزیابی پایدار گردشگری روستایی نتیجه گرفتند که شاخص‌هایی مانند ظرفیت معنوی روستا، جاذبه‌های ملموس، ظرفیت اشتغال-زایی گردشگری غالب و اجتماع محلی نقش مهمی در شاخص‌های پایدار گردشگری روستایی دارند. آقاسی و همکاران (۱۳۸۸) نتیجه گرفتند که مولفه‌های تبلیغات و بازاریابی، احساس امنیت و آرامش و مدیریت دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری و عواملی مثل امکانات تفریحی، سرگرمی و ورزشی، دسترسی به خدمات گردشگری و... دارای کمترین میزان تأثیر در توسعه گردشگری هستند. سربرافزار (۱۳۸۸) در مطالعه خود نشان می‌دهد که از میان مولفه‌های مؤثر بر تقاضای سفر به ایران و به تبع آن درآمد ارزی حاصل از آن، دو متغیر جنگ و انقلاب می‌تواند شاخصی برای اندازه‌گیری احساس ناامنی و تحولات داخلی تلقی شوند، که نسبت به سایر متغیرها اهمیت بیشتری دارد. با توجه به موقعیت تاریخی و فرهنگی ایران، امکان جذب توریست به مقدار چندین برابر موجود وجود دارد. کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۱) در تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال و نشان دادند که هفت عامل برنامه‌ریزی دولتی، مشارکت، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی و محیط زیست، امنیت و آرامش و تبلیغات و سودمندی در مجموع ۷۲/۰۴ درصد واریانس عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در این استان را تبیین کرده‌اند. شادی و همکاران (۱۳۹۵) در تدوین شاخص‌های روستاهای هدف گردشگری ایران و ارزیابی آنها نتیجه گرفتند که مقصد گردشگری، جاذبه، میزان آمادگی مسولین، فاصله تا قطب‌های جمعیتی، زیرساخت، دهیاری و شورای اسلامی فعال و شبکه دسترسی از مهمترین شاخص‌های مؤثر در تعیین روستاهای هدف گردشگری می‌تواند محسوب شوند. حیدری و همکاران (۱۳۹۷) در ارزیابی و اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری با استفاده از فنون تصمیم‌گیری چندمعیاره پس از تعیین ۱۲ معیار، ۶۷ زیرمعیار برای اولویت‌بندی ۱۴ روستای هدف گردشگری شهرستان کرج در نظر گرفتند. از جمله این معیارها می‌توان به ویژگی‌های طبیعی، جاذبه گردشگری، مراکز اقامتی، تاسیسات زیربنایی، قابلیت تاریخی، مراکز درمانی، تأثیرات اقتصادی، مساحت کافی، فاصله تا مراکز گردشگری، نوع جاده، صنایع دستی اشاره نمود.

روش پژوهش

روش تحقیق با توجه به ماهیت آن توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف کاربردی و جز تحقیقات ژرفانگر است. جمع‌آوری اطلاعات به دو طریق اسنادی (کتابخانه‌ای، آماری و...) و پیمایشی - میدانی است. با توجه به اینکه هدف این تحقیق بازنگری و ارائه شاخص‌های جدید در تعیین روستای هدف گردشگری با هدف جذب توریسم و توسعه گردشگری است، از مطالعات کیفی مبتنی بر نظریه بنیانی (گراندد توری) استفاده شد. این روش کمک می‌کند تا به صورت عمیق و ژرفانگر شاخص‌های کنونی مورد کنکاش قرار گیرد و در راستای انتخاب بهتر روستاهای هدف گردشگری، بازنگری اساسی صورت گیرد و شاخص‌های مناسب ارائه گردد.

1.Tosun

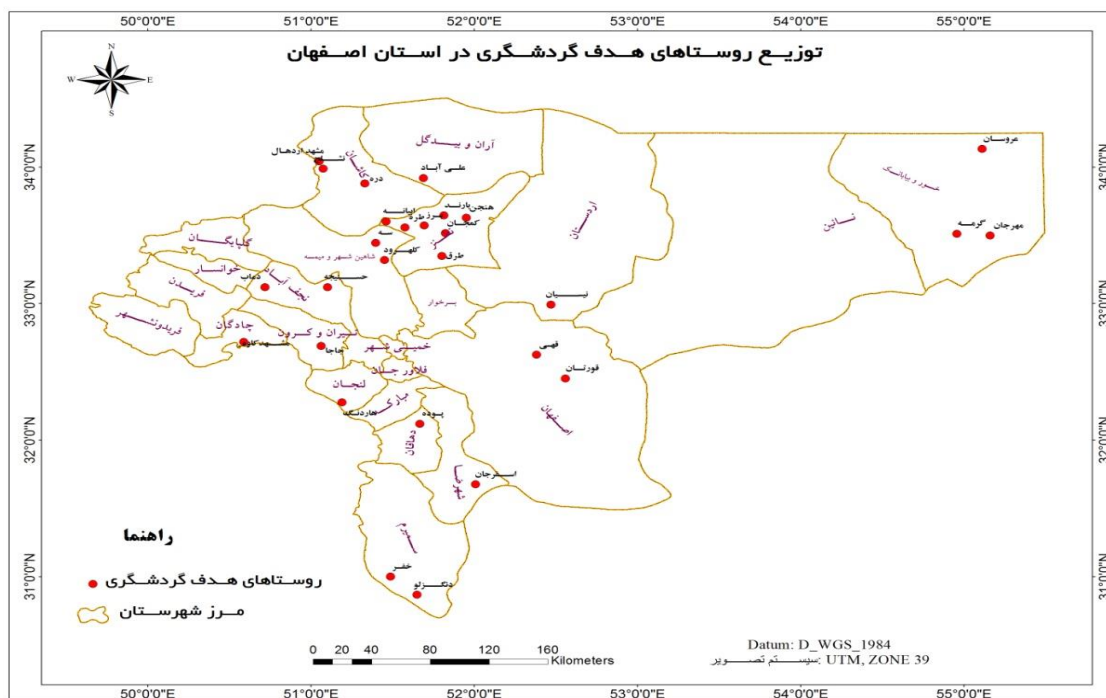
2 Morrison & Lynch

3Park & Yoon

جامعه آماری تحقیق را دو گروه نخبگان و صاحب نظران حوزه گردشگری و همچنین مردم محلی روستاهای هدف گردشگری در استان اصفهان تشکیل می‌دهند. در مرحله اول جهت این تحقیق ۱۵ کارشناس از طریق تکنیک مصاحبه و با روش کیفی جهت شناخت و کشف شاخص‌های استاندارد مورد مطالعه قرار گرفته است. بعد از جمع‌بندی شاخص‌ها در مرحله دوم، ۲۵ روستا در ۵ شهرستان اصفهان، آران و بیدگل، ناین، سمیرم و چادگان در چارچوب شاخص‌های پیشنهادی مورد تحلیل و بررسی پیمایشی بر اساس دیدگاه مردم محلی قرار گرفته‌اند. ابزار اصلی گردآوری داده در پژوهش حاضر، مصاحبه نیمه ساخت‌یافته است که در سطح نخبگان انجام شد. در بخش روستایی نیز تعداد ۲۵ مصاحبه از طریق برگزاری کارگاه مشارکتی جمعی (پنل) در راستای شناخت وضعیت روستاها از نظر برخورداری شاخص‌ها انجام شد. به عبارت دیگر در سطح هر روستا اقدام به برگزاری کارگاه‌های مشارکتی جمعی متشکل از مردم روستا شد و از طریق این کارگاه‌ها، وضعیت هر روستا از نظر شاخص‌ها برای انتخاب روستاهای گردشگری مشخص گردید و در فرم یا پرسشنامه اعمال شد. روستاهای مورد مطالعه به تفکیک هر شهرستان عبارتند از شهرستان اصفهان (کفرود، بلان، قورتان، قلعه امام و اشکهران)؛ شهرستان سمیرم (بی بی سیدان-تنگ خشک، خفر، خینه، دیلی و سیور)؛ شهرستان ناین (کجان، بلان، اسدآباد، مهرادران و نیستانک)؛ شهرستان آران و بیدگل (محمد آباد، ابوزیدآباد، کاغذی، یزدلان، حسین آباد و متین آباد)؛ شهرستان چادگان (مشهد کاوه، گشنیزجان-عادگان، کمیتک، علی آباد، فراموشجان).

قلمرو جغرافیایی پژوهش

موقعیت طبیعی و جغرافیایی استان اصفهان و همچنین استقرار در مرکز فلات ایران و خاک حاصلخیز سبب وجود جاذبه‌های طبیعی بسیاری از جمله، کوه‌های عظیم، غارهای طبیعی و باستانی و روستاهای توریستی و تاریخی با شهرت جهانی شده است، در نتیجه به عنوان یکی از استان‌هایی است که بیشترین سهم روستاهای شناسایی شده با هدف گردشگری در کشور را به خود اختصاص داده است. علی آباد، قورتان، کلهرود، سه، جاجا، مشهد اردهال، مشهد کاوه آهنگر، پوده، دنگزلو، خفر، اسفرجان، نسلج، دره، هاردنگ، مهرجان، گرمه، دم آب، هسنیجه، یارند، هنجن، طره، کمجان، بزر، طوق، نیسیان، قهی، غیاث آباد و ابیانه، ۲۸ روستای هدف بررسی شده در استان اصفهان می‌باشند که هر کدام از این روستاها با توجه به پتانسیل‌های بالفعل و شناسایی توانایی‌های بالقوه می‌توانند در جذب گردشگر در شاخه‌های متنوع گردشگری از جمله گردشگری دارویی، کشاورزی، عشایر، اکوتوریسم، ژئوتوریسم و ... فعال باشند.



شکل ۱. توزیع روستاهای هدف گردشگری در استان اصفهان

یافته‌ها و بحث

در ابتدای بحث، با تحلیل محتوای متون مختلف، مهمترین شاخص‌های انتخاب روستاهای هدف گردشگری در ایران و کشورهای دیگر استخراج و جمع بندی شده است. این شاخص‌های در تحقیقات علمی به آنها اشاره شده است و ممکن است در مرحله اجرا، مورد توجه قرار نگرفته باشند.

جدول ۱. شاخص‌های مهم در انتخاب روستاهای هدف گردشگری در ایران

شاخص
جاذبه گردشگری (روستاها با جاذبه های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی)، سطح آمادگی و تخصص مردم و محلی ها در ارائه خدمات، مقصد گردشگری، امکان تاسیس تعاونی گردشگری، فاصله تا قطب های جمعیتی، امکان سفر گردشگران در طول فصول مختلف سال، وجود واحدهای خدمات عمومی، مناطق تحت مالکیت، زیرساخت ها، وجود دهیاری و شورای اسلامی فعال در روستا، وجود مطالعه استراتژی و برنامه های راهنما، جمعیت بیش از ۵۰ خانوار، دسترسی به شبکه ها، داشتن مالکیت برای ایجاد امکانات مورد نیاز گردشگران از جمله پارکینگ، حمام، کمپینگ و غیره، داشتن زیرساخت های لازم (آب، برق، گاز، تلفن)، امکان وجود گردشگران در طول یک سال، داشتن واحدهای خدمات عمومی مانند مدارس و مراکز بهداشتی و درمانگاه ها، قابلیت های گردشگری طبیعت، وضعیت بافت تاریخی روستا، بررسی آثار تاریخی و ارزش آن ها، وضعیت صنایع دستی و هنرهای سنتی اعم از تعداد کارگاه ها و تعداد هنرمندان، راه های دسترسی روستا، بررسی وضعیت اقلیم روستا و استعداد روستا در زمینه توسعه زیرساخت های گردشگری همچون تأسیس اقامتگاه بوم گردی، معماری و فضای روستا، آداب و رسوم به نوعی تاریخ و فرهنگ و تمدن، تولید محصولات کشاورزی، مراکز اقامتی، پذیرایی و تفریحی

جدول ۲. شاخص‌های مهم در انتخاب روستاهای هدف گردشگری در سایر کشورها

شاخص
برخورداری از جاذبه گردشگری، محل اقامت مناسب، غذا و نوشیدنی، خدمات (مثل اطلاعات)، زیرساخت ها، شاخص های مطلوب توسعه روستا یا منطقه، پیش نیازهای طبیعی، ترافیک و دسترسی مناسب، سلامتی و امنیت، مناطق بکر و پایدار، داشتن فعالیت های تفریحی و ماجراجویانه، چشم انداز زیبا، محیط آرام، محیط پاک و اقامت گاه راحت، موقعیت قابل دسترس، ارائه تجربه ای جدید از سبک زندگی، مجهز به زیرساخت مناسب، نگرش و ادراک ساکنان و فرهنگ روستایی در توسعه گردشگری روستایی، حفظ فرهنگ سنتی، وجود تکنولوژی و فناوری اطلاعات در روستا، حمل و نقل مطلوب، همجواری با روستاهای دارای جاذبه، توجه به نگرش شبکه ای در گردشگری روستایی، فراهم نمودن امکانات قبل از معرفی روستا یا به عنوان هدف گردشگری، فراهم نمودن فضای تبلیغاتی، جاده های ارتباطی استاندارد، تمرکز بیشتر سنت بر مدرنیته، پتانسیل سنجی روستا از نظر اشتغال قبل از معرفی آن، ارزیابی روستا با روستاهای مجاور جهت توسعه گردشگری شبکه ای

شناخت شاخص های کنونی انتخاب روستای هدف گردشگری

آنچه در ابتدا مورد تاکید بوده است این می باشد که در حال حاضر چه شاخص هایی برای انتخاب روستاهای هدف گردشگری مورد نظر است. برای این موضوع ۴ مقوله بر اساس دیدگاه ۱۵ فرد مورد مصاحبه استخراج و استنباط شده است. این مقولات عبارت اند از مقوله جاذبه های فرهنگی، مقوله جاذبه های طبیعی، مقوله جاذبه های تاریخی و مقوله سیاسی.

اولین مقوله استنباط شده مقوله جاذبه های فرهنگی است. در حقیقت بر اساس دیدگاه افراد، جاذبه های فرهنگی نقش مهمی در انتخاب یک روستای به عنوان روستای هدف گردشگری در حال حاضر دارد و در واقع می تواند تاثیرگذار باشد. این مقوله از طریق مفاهیمی مانند وجود صنایع دستی در روستاها، آداب و رسوم خاص، جشنواره های محلی با توجه به فعالیت های اقتصادی، مشاغل مختلف روستاها و... استنباط شده است. مابقی مقوله ها در جدول ذکر شده است.

جدول ۳. کدگذاری محوری (مفاهیم، مقولات و مقوله مرکزی) شناخت شاخص‌های کنونی

مقوله مرکزی (هسته-ای)	مقوله	گزاره (مفهوم)
	مقوله جاذبه های فرهنگی	وجود صنایع دستی در روستاها یک شاخص اساسی است؛ آداب و رسوم خاص به عنوان یک جاذبه هیجان انگیز برای گردشگران؛ وجود جشنواره های محلی از جمله فصل عرقگیری در روستاهای کاشان؛ مشاغل مختلف در روستاها؛ فرهنگ روستاها تاثیر زیادی دارد؛ جاذبه های فرهنگی گویای بسیاری از مفاهیم گردشگری است؛ مراکز فرهنگی می‌تونه شاخص باشه؛
	مقوله جاذبه های طبیعی	جاذبه طبیعی بسیار مهم است؛ آثار طبیعی از جمله آبشار، رود و...؛ روستاهای کوهستانی با موقعیت جغرافیایی ویژه می توانند روستای گردشگری شوند؛ روستاهای با قابلیت توسعه ورزش های زمستانی؛ روستاها با قابلیت بوم گردی می توانند یک روستای هدف باشند؛ جاذبه طبیعی بکر از شاخص های انتخاب روستای هدف است؛ طبیعت جذاب روستاها نیز یک شاخص مهمی هست؛ وجود جاذبه های طبیعی در روستاها امروز یک شاخص مهم تلقی میشه؛
جاذبه های بالفعل گردشگری	مقوله جاذبه های تاریخی	وجود آثار تاریخی در روستاها؛ قدمت یک اثر تاریخی بسیار مهم است؛ بافت تاریخی و سنتی روستاها؛ ایبانه نمونه روستا با معماری جالب است؛ وجود آثاری مانند حمام قدیمی، قلعه و... برای انتخاب شدن یک روستا کافی است؛ تاریخ و قدمت یک روستا در انتخاب روستای هدف معیار اصلی است؛ زمینه های تعیین روستای هدف گردشگری، قدمت آن است؛ برخورداری روستا از جاذبه تاریخی؛ جاذبه های مذهبی و تاریخی از جمله مسجد و... بسیار مهم است؛ جاذبه های تاریخی مهمترین شاخص انتخاب یک روستای هدف هست؛
	مقوله سیاسی	نظرات افراد بسیار مهم است؛ افراد با توجه به زادگاه خود در این زمینه تاثیرگذار هستند؛ بسیاری از روستاها به واسطه نفوذ برخی افراد، روستای گردشگری شده اند؛ سلیقه ای عمل کردن در انتخاب روستاها؛ نفوذ سیاسی افراد و...؛ افراد نقش مهمی در انتخاب روستای هدف دارند؛ سیاسیون در انتخاب روستای هدف نیز نقش دارند؛

سنجش شاخص‌های کنونی انتخاب روستای هدف گردشگری

یکی از موضوعات مورد مباحثه، سنجش شاخص‌های کنونی انتخاب روستای هدف گردشگری است. در حقیقت نظر افراد نسبت به مناسب یا نامناسب بودن شاخص‌های کنونی انتخاب روستاهای هدف گردشگری مورد بررسی قرار گرفته شده است. این موضوع در قالب دو مقوله مناسب بودن شاخص‌های موجود و نامناسب بودن آنها تحلیل شده است. بیشتر کدهای باز ارائه شده توسط افراد به نامناسب بودن شاخص‌های موجود اشاره داشته‌اند. از جمله مفاهیم یا گزاره‌هایی که به این موضوع اشاره نموده‌اند عبارت‌اند از ((شاخص‌های کنونی همه گیر نیست؛ نبود یکپارچگی شاخص‌های موجود؛ شاخص‌ها مناسب نیستند؛ معیار انتخاب روستای هدف بسیار محدود است؛ شاخص‌ها نیاز به تجدید نظر دارند؛ ضعیف بودن شاخص‌ها کاملاً روشن است؛ انتخاب غلط در روستاهای هدف گردشگری وجود دارد؛ چند شاخص باید مدنظر باشد؛ تنها وجود یک جاذبه برای انتخاب کافی نیست؛ تجدید نظر در شاخص‌ها ضرورت دارد)).

جدول ۴. کدگذاری محوری (مفاهیم، مقولات و مقوله مرکزی) سنجش شاخص‌های کنونی

مقوله مرکزی (هسته‌ای)	مقوله	گزاره (مفهوم)
	مناسب بودن شاخص‌های موجود	برخی روستاها بر اساس شاخص‌های مناسب انتخاب شده‌اند؛ برخی شاخص‌ها مناسب بوده؛ در انتخاب روستاها برخی شاخص‌های مثل جنبه تاریخی بودن آنها لحاظ شده است؛ وجود یک جاذبه تاریخی یا طبیعی تنها ملاک می‌باشد؛
تجدید نظر در شاخص‌های موجود	نامناسب بودن شاخص‌های موجود	شاخص‌های کنونی همه گیر نیست؛ نبود یکپارچگی شاخص‌های موجود؛ شاخص‌ها مناسب نیستند؛ به این شاخص‌ها توجه نمیشه؛ معیار انتخاب روستای هدف بسیار محدود است؛ شاخص‌ها نیاز به تجدید نظر دارند؛ ضعیف بودن شاخص‌ها کاملاً روشن است؛ انتخاب غلط در روستاهای هدف گردشگری وجود دارد؛ چند شاخص باید مدنظر باشد؛ تنها وجود یک جاذبه برای انتخاب کافی نیست؛ تجدید نظر در شاخص‌ها ضرورت دارد، نباید به وجود یک جاذبه تاریخی اکتفا شود؛ بسیاری از روستاها تنها به واسطه وجود یک جاذبه تاریخی یا طبیعی، روستای هدف گردشگری شده‌اند و این کافی نیست؛ بایستی شاخص‌های مختلف مثل زیرساخت‌ها نیز در نظر گرفته بشه. شاخص‌ها کافی نیستند؛ شاخص‌های متنوع وجود ندارد؛

کشف شاخص‌های پیشنهادی برای انتخاب روستای هدف گردشگری

در ادامه به ذکر شاخص‌های پیشنهادی برای انتخاب روستای هدف گردشگری شده است. با توجه به حجم زیاد مطالب و جدول‌ها، در این بخش تنها به نتایج کلی اشاره شده است. نتایج نشان می‌دهد که در راستای کشف شاخص‌های انتخاب روستاهای هدف گردشگری، افراد به ارائه دیدگاه‌های خود در ابعاد مختلف پرداخته‌اند. شاخص‌های استنباطی از دیدگاه افراد در چهار مقوله عمده یا مرکزی گنجانده شده است. چهار مقوله مرکزی عبارت‌اند از بعد اجتماعی-فرهنگی، کالبدی-زیرساختی، جغرافیایی (طبیعی) و تاریخی.

هر کدام از این مقولات هسته‌ای از چندین مقوله فرعی یا همان شاخص‌ها استنباط شده‌اند. مقوله‌ها، همان شاخص‌های مدنظر برای انتخاب روستاهای هدف گردشگری هستند. برای نمونه بعد اجتماعی-فرهنگی شامل ۱۳ شاخص می‌باشد که عبارت‌اند از پایداری جمعیت، وجود نهادهای محلی (دهیاری، شورای اسلامی و...)، وجود صنایع دستی و هنرهای سنتی، فضای امنیتی مناسب برای گردشگر، نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگری، آموزش و فرهنگ گردشگرپذیری در میان مردم، متنوع بودن جاذبه‌ها و ظرفیت‌های فرهنگی، وضعیت مشارکت مردم، دارای ظرفیت ایجاد اشتغال در گردشگری، وجود جاذبه فرهنگی (امامزاده، مسجد و...)، میزان گردشگرپذیری روستا در حال حاضر، میزان شناخت گردشگران از روستا و سوغات محلی-بومی.

مقوله هسته‌ای دیگر در زمینه شاخص‌های انتخاب روستای هدف گردشگری تحت عنوان مقوله کالبدی-زیرساختی شناخته شده است. تمامی شاخص‌های مطرح شده در این زمینه بگونه‌ای با بحث کالبدی و زیرساختی روستاها و توسعه گردشگری مرتبط هستند. شاخص‌های مقوله کالبدی-زیرساختی عبارت‌اند از مراکز اقامتی-خانه‌های بوم گردی، امکانات فناوری (اینترنت، پوشش تلفن همراه و...)، جاده آسفالتی و دسترسی استاندارد، وجود مراکز فرهنگی و مذهبی، کوچه و دسترسی‌های مناسب روستا، بهداشت و محیط مناسب روستا (پارک، فاضلاب، زباله و...)، ظرفیت جذب سرمایه‌گذاری، آب آشامیدنی مناسب، برخورداری روستا از وب سایت و شبکه‌های اجتماعی، برخورداری روستا از شبکه برق، برخورداری از ظرفیت فضای تبلیغاتی برای پذیرش گردشگر، مراکز خدماتی (مغازه، دفتر پست، حمام و...)، خانه بهداشت یا مرکز درمانی، سرویس بهداشتی مناسب.

مقوله جغرافیایی یکی دیگر از مقولات شناخته شده در نتیجه شاخص‌های استنباط شده است که در زمینه شاخص‌های انتخاب روستاهای هدف گردشگری موثر می‌تواند تلقی شود. تمامی شاخص‌های مطرح شده در این زمینه بگونه‌ای با بحث جغرافیایی و توسعه گردشگری روستاها مرتبط هستند. شاخص‌های مقوله جغرافیایی عبارت‌اند از اقلیم فصلی جذاب برای گردشگرپذیری، جاذبه طبیعی جذاب و گردشگرپذیر، همجواری با روستاهای دارای جاذبه گردشگری، امکان ورود روستا به گردشگری شبکه‌ای (چند روستا)، موقعیت جغرافیایی و دسترسی مطلوب، جذابیت استقرار روستا (کوهستانی، دشتی، کویری، جلگه‌ای و...)، فاصله مناسب روستا تا مرکز دهستان یا شهر، دائمی یا فصلی بودن گردشگرپذیری، متنوع بودن جاذبه‌های طبیعی روستا (کوه، کویر، جنگل، حیات وحش، رودخانه، غار، آبشار و...)، امکان ایجاد تعاونی گردشگری با روستاهای مجاور.

مقوله هسته‌ای دیگر در زمینه شاخص‌های انتخاب روستای هدف گردشگری تحت عنوان مقوله تاریخی شناخته شده است. تمامی شاخص‌های مطرح شده در این زمینه بگونه‌ای با بحث تاریخی روستاها و توسعه گردشگری مرتبط هستند. شاخص‌های مقوله تاریخی عبارت‌اند از جاذبه تاریخی با جذابیت گردشگری (حمام قدیمی، قلعه، مسجد و...)، متنوع بودن جاذبه‌های تاریخی (چند جاذبه)، وجود مراسمات و جشن‌های تاریخی، بومی و سنتی، قدمت مناسب روستا (۵۰ سال)، مجاورت با روستاهای دارای جاذبه تاریخی، برخورداری از بافت تاریخی-سنتی جذاب، برخورداری از معماری و مسکن‌های متناسب با اقلیم، نزدیکی به آثار تاریخی در پیرامون روستاهای منطقه (کاروانسرا و...) و آداب و رسوم (تاریخ، فرهنگ و تمدن).

پیشنهاد شاخص‌های مهم جهت انتخاب روستای هدف گردشگری

در این بخش بایستی شاخص‌های مهم جهت انتخاب روستاهای هدف گردشگری مشخص و ارائه شود. شاخص‌های منتخب با توجه به نتایج مصاحبه با افراد (در مطالب و جدول‌های قبلی اشاره شده است) و همچنین نتایج مطالعات اسنادی (در بخش اول این فصل ارائه شده) جمع‌بندی و پیشنهاد می‌شود. این جمع‌بندی از طریق ایجاد یک کارگاه مشورتی-مشارکتی متشکل از محققان طرح با در نظر گرفتن مزیت نسبی پهنه‌های جغرافیایی استان انتخاب شده است. جدول این شاخص‌ها را بیان می‌نماید. این شاخص‌ها در حقیقت همان شاخص‌هایی نهایی می‌باشد که روستاهای مورد مطالعه بر اساس آنها مورد سنجش قرار خواهند گرفت و میزان اعتبار و اینکه تا چه میزان ظرفیت تبدیل به عنوان یک روستای هدف گردشگری را دارند را مشخص می‌نماید. به عبارت دیگر این شاخص‌ها مبنای انتخاب روستاهای هدف گردشگری در استان هستند و هر روستایی که حداقل ۸۵ درصد این شاخص‌ها را داشته باشد می‌تواند به عنوان روستای هدف گردشگری تعیین و معرفی شود.



شکل ۲. چارت جمع‌بندی نهایی مقولات هسته‌ای و شاخص‌های نهایی بر اساس مصاحبه‌ها

سنجش دیدگاه‌ها نسبت به گردشگری شبکه‌ای

یکی از رویکردهای جدید به توسعه گردشگری به صورت شبکه‌ای است؛ چرا که در زمان کنونی به توسعه گردشگری روستایی به صورت نقطه‌ای نگاه می‌شود در حالی که به نظر می‌رسد دیدگاه شبکه‌ای در گردشگری می‌تواند بسیار تاثیرگذار باشد. در این نوع گردشگری به توسعه گردشگری روستایی به صورت چندجانبه تاکید می‌شود و چندین روستا به همدیگر دیده می‌شوند و مورد برنامه‌ریزی قرار می‌گیرند (توسعه گردشگری از حالت نقطه‌ای خارج و به صورت مجموعه‌ای از روستاهای گردشگری برنامه‌ریزی شود. بنابراین دیدگاه افراد در زمینه این نوع گردشگری پرسیده شده است.

نتیجه نشان می‌دهد که مقوله هسته‌ای تحت عنوان ضرورت تاکید برنامه‌ریزان بر گردشگری شبکه‌ای نامگذاری شده است و نشانگر آن است که افراد به گردشگری روستایی با دیدگاه شبکه‌ای تاکید بیشتری داشته‌اند و این نوع گردشگری را مفیدتر دانسته‌اند. در حقیقت گردشگری شبکه‌ای نسبت به گردشگری نقطه‌ای از وزن بیشتری برخوردار است.

جدول ۵. گذاری محوری (مفاهیم، مقولات و مقوله مرکزی) سنجش دیدگاه‌ها نسبت به گردشگری شبکه‌ای

مقوله مرکزی (هسته‌ای)	مقوله	گزاره (مفهوم)
مقوله مرکزی (هسته‌ای)	گردشگری شبکه‌ای	گردشگری شبکه‌ای الگوی مناسب توسعه است؛ گردشگری شبکه‌ای در زمینه پدیده‌های دیگر نیز جواب داده است، گردشگری هم‌میتونه؛ خدمات رسانی آسانتر می‌شود؛ گردشگری نیاز به چنین دیدگاهی دارد؛ ضعف خدمات رسانی و کمبودها پوشش داده می‌شود؛ توزیع امکانات عادلانه‌تر می‌شود؛ چند روستا به همدیگر محیط مناسبی برای گردشگری ایجاد می‌کند؛ دیدگاه شبکه‌ای بر دیدگاه نقطه‌ای به نظر من ارجحیت دارد؛ همه‌جانبه بودن گردشگری مناسب‌تر است؛ به توسعه اقتصادی روستاها کمک می‌کند؛ ضعف‌های زیرساختی و اقتصادی پوشش داده می‌شود؛ این رویکرد خب خیلی فایده‌داره و کار گردشگری رو راحت‌تر می‌کنه؛ امروزه یک مشکل اساسی روستاهای ما، در حوزه خدمات رسانی هست و دیدگاه شبکه‌ای میتونه این مشکل رو مرتفع کنه در حوزه گردشگری هم پس این شرایط وجود داره؛ اصلاً همه چیز داره به این سمت میره و نگاه سطحی و منطقه‌ای در گردشگری نیز مهم شده است؛ شبکه‌ای بودن مکان‌های جغرافیایی مانند روستاها خب یعنی توسعه همه‌جانبه و این شامل گردشگری نیز میشه؛ ارائه خدمات به همه روستاها مشکل است؛ ضعف تصمیم‌گیری وجود خواهد داشت؛ مراجعه گردشگران به یک روستا چندان جذابیتی ندارد؛ نقطه‌ای بودن گردشگری در توسعه آن مانع ایجاد می‌کند؛ آنچه که امروزه شاهدیم گردشگری نقطه‌ای است و نتیجه آن مشخصه؛ این نوع گردشگری تحول‌آفرین نیست؛ بازخورد آن امروزه قابل مشاهده است؛ یک سیاست ناکارآمد است؛ روستاهای استثنایی هم وجود داره که بایستی به صورت نقطه‌ای بهشون نگاه بشه؛ این نوع دیدگاه باید کمتر بشه؛ دیدگاه شبکه‌ای بر دیدگاه نقطه‌ای به نظر من ارجحیت داره؛
ضرورت تاکید برنامه‌ریزان بر گردشگری شبکه‌ای	گردشگری شبکه‌ای	گردشگری نقطه‌ای

ارزیابی روستاهای شهرستان اصفهان از نظر شاخص‌های پیشنهادی

به طور کلی مطالعه شاخص‌های سه‌گانه (اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی، کالبدی-زیرساختی و زیست‌محیطی-جغرافیایی) در روستاهای شهرستان اصفهان نشان می‌دهد که کیفیت این شاخص‌ها برای توسعه گردشگری متوسط و خوب بوده و امکان تبدیل این روستاها به روستاهای هدف گردشگری با در نظر گرفتن توسعه گردشگری شبکه‌ای فراهم است. مقدار T گزارش شده آزمون تی تک نمونه برای سه شاخص اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی، کالبدی-زیرساختی و زیست‌محیطی-جغرافیایی به ترتیب برابر (1/697، 2/096 و 3/057) و اختلاف میانگین نیز برابر با (0/46897، 0/5600 و 0/66667) نیز به همین موضوع به صورت کلی اشاره دارد و نشان می‌دهد که کیفیت شاخص‌ها متوسط و مطلوب است. بنابراین شرایط برای گردشگری این روستاها بر اساس شاخص‌های ذکر شده وجود دارد هر چند ممکن است که ضعف‌هایی نیز وجود داشته باشد اما امکان برنامه‌ریزی و توسعه وجود دارد.

جدول ۶. تحلیل سطح معناداری شاخص‌های سه گانه برای روستاهای شهرستان اصفهان

شاخص‌ها	T	درجه آزادی	مبنای آزمون = ۳		فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد
			سطح معنی‌داری	اختلاف از میانگین	
			حد بالا	حد پایین	
اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی	1/697	4	0/003	0/46897	1/2364
کالبدی-زیرساختی	2/096	4	0/005	0/56000	1/3018
زیست محیطی-جغرافیایی	3/057	4	0/010	0/66667	1/2721

ارزیابی نهایی روستاهای استان اصفهان که در این مطالعه شامل ۲۵ روستا بوده و در پنج شهرستان قرار گرفته‌اند نشان می‌دهد که از ۲۵ روستای مورد مطالعه با توجه به شاخص‌های مورد تاکید در این تحقیق، روستای قلعه امام در شهرستان اصفهان با میانگین کل ۲/۸۸، روستای بلان و اسدآباد در شهرستان نایین با میانگین ۳/۳۶ و ۳/۵۴ در مرحله اول و بدون اینکه جاذبه گردشگری داشته باشد حذف شدند. البته میانگین شاخص‌های آنها نیز کمتر از حد ملاک (۳/۶۰) بوده است. روستاهای کفرود در شهرستان اصفهان با میانگین ۳/۲۱، روستای دیلی در شهرستان سمیرم با میانگین ۳، روستای کاغذی در شهرستان آران و بیدگل با میانگین ۳/۵۹ و روستای فراموشجان در شهرستان چادگان با میانگین ۳/۴۶، روستاهایی هستند که نمی‌توانند جز روستاهای هدف گردشگری شناخته شوند؛ چرا که میانگین شاخص‌های آنها کمتر از میزان ملاک یعنی ۳/۶۰ (سناریوی خوشبینانه) بوده‌اند و در مرحله ارزیابی اولیه بر اساس شاخص‌ها حذف شدند.

روستاهای بلان، قورتان و اشکهران در شهرستان اصفهان به ترتیب با میانگین شاخص‌ها ۴/۰۲، ۴/۰۹، و ۳/۶۰ می‌توانند جز روستاهای هدف گردشگری قرار گیرند. چرا که هم جاذبه گردشگری دارند و هم اینکه ارزیابی شاخص‌های آنها بیشتر از میزان ملاک (۳/۶۰) بوده است. همچنین در شهرستان سمیرم روستاهای بی بی سیدان- تنگ خشک، خفر، خینه و سیور علاوه بر اینکه در زمینه جاذبه‌های طبیعی و اکوتوریسم توانایی زیادی دارند میانگین برخورداری آنها از شاخص‌ها نیز به ترتیب برابر با ۳/۶۴، ۴/۳۲، ۳/۸۱ و ۴/۱۴ است. بنابراین شرایط شاخص‌ها نیز مناسب بوده است.

روستاهای کجان، مهردادان و نیستانک نیز به ترتیب با میانگین ۴/۱۴، ۳/۸۶ و ۴/۲۰ جز روستاهای هدف گردشگری در شهرستان نایین می‌باشند. این روستاها علاوه بر اینکه از جاذبه‌های مناسبی برخوردار هستند، نسبت به همدیگر از موقعیت جغرافیایی مطلوبی برخوردار بوده و از نظر ارزیابی شاخص‌ها نیز میانگین مناسبی را کسب نموده‌اند.

در شهرستان آران و بیدگل نیز ارزیابی نشان می‌دهد که روستاهای محمدآباد، ابوزیدآباد، یزدلان، حسین آباد و متین آباد به ترتیب با میانگین ۳/۷۷، ۴/۱۳، ۳/۹۳ و ۳/۶۶ می‌توانند جز روستاهای هدف گردشگری شهرستان شناخته شوند، چرا که میانگین شاخص‌ها با حد ملاک سازگاری دارد. علاوه بر این جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی آنها نیز شرایط جذب گردشگر را دارا هستند.

در نهایت ارزیابی شهرستان چادگان نیز نشان می‌دهد که این شهرستان و روستاهای آن ظرفیت توسعه اکوتوریسم را بخوبی دارا هستند. روستاهای مشهد کاوه، گشنیزجان-عادگان، کمیتک، علی آباد با میانگین ۴/۲۴، ۳/۶۵، ۳/۷۹ و ۳/۸۵ از شرایط مناسبی جهت توسعه گردشگری از نظر شاخص‌های اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی، کالبدی-زیرساختی و زیست محیطی-جغرافیایی برخوردار هستند. البته همانطور که ذکر شده روستاهای این منطقه پتانسیل توسعه اکوتوریسم را دارا هستند و در کنار این بحث، ظرفیت‌های فرهنگی متنوعی نیز وجود دارد.

جدول ۷. نتیجه نهایی روستاهای شهرستان اصفهان از نظر هدف گردشگری

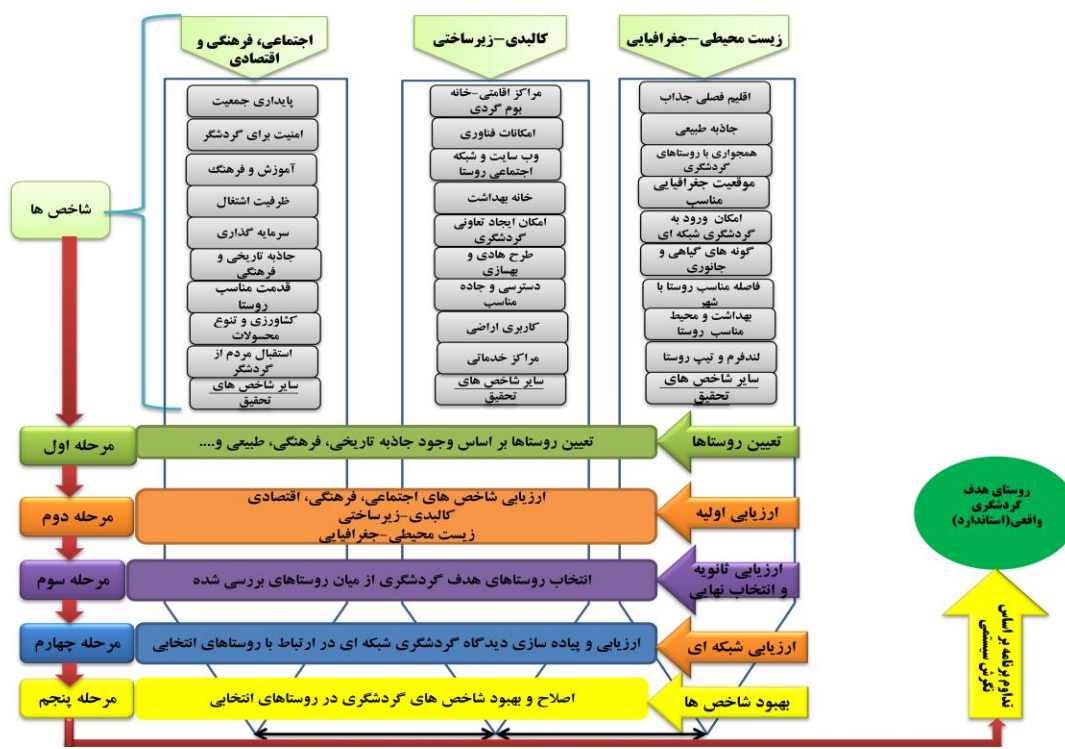
شهرستان	ردیف	روستا	میانگین شاخص‌ها			تعیین انتخاب یا عدم انتخاب روستای هدف گردشگری (مبنا میانگین ۳/۶۰ بر اساس سناریوی خوش بینانه)
			اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی	کالبدی - زیرساختی	زیست محیطی - جغرافیایی	
اصفهان	۱	کفرود	۳/۲۴	۲/۸۶	۳/۵۳	جاذبه دارد ولی شرایط شاخص‌ها مناسب نیست - (در مرحله ارزیابی اولیه)
	۲	بلان	۴/۱۳	۴	۳/۹۳	روستای هدف گردشگری
	۳	قورتان	۳/۹۶	۴/۳۳	۴	روستای هدف گردشگری
	۴	قلعه امام	۲/۵۸	۳/۲	۲/۸۶	حذف در مرحله اول (به دلیل نبود جاذبه)
	۵	اشکهران	۳/۴۱	۳/۴	۴	روستای هدف گردشگری
سمیرم	۱	بی بی سیدان - تنگ خشک	3/23	۳/۶	۳/۷۳	روستای هدف گردشگری
	۲	خفر	۴/۱۷	۴/۱۳	۴/۶۶	روستای هدف گردشگری
	۳	خینه	۳/۷۲	۳/۶	۴/۱۳	روستای هدف گردشگری
	۴	دیلی	۲/۵۵	۲/۴۶	۴	جاذبه دارد ولی شرایط شاخص‌ها مناسب نیست - (در مرحله ارزیابی اولیه)
	۵	سیور	۴/۱۷	۴/۰۶	۴/۲	روستای هدف گردشگری
نابین	۱	کجان	۳/۸۹	۴/۲	۴/۳۳	روستای هدف گردشگری
	۲	بلان	۳/۳۲	۳/۳۲	۴/۰۶	حذف در مرحله اول (به دلیل نبود جاذبه)
	۳	اسدآباد	۳/۲۴	۳/۱۳	۴/۲۶	حذف در مرحله اول (به دلیل نبود جاذبه)
	۴	مهرادران	۳/۶۵	۳/۹۳	۴	روستای هدف گردشگری
	۵	نیستانک	۴/۲۰	۴/۲	۴/۲	روستای هدف گردشگری
آران و بیدگل	۱	محمدآباد	۳/۶۵	۳/۶۶	۴	روستای هدف گردشگری
	۲	ابوزیدآباد	۴/۰۶	۴/۱۳	۴/۲	روستای هدف گردشگری
	۳	کاغذی	۳/۷۲	۳/۴۶	۳/۷۳	شرایط شاخص‌ها مناسب نیست - (در مرحله ارزیابی اولیه)
	۴	یزدلان	۳/۷۲	۴/۰۶	۴	روستای هدف گردشگری
	۵	حسین آباد - میتن آباد	۳/۷۵	۳/۳۶	۳/۶۶	روستای هدف گردشگری
چادگان	۱	مشهد کاوه	۴/۳۴	۴/۲	۴/۲	روستای هدف گردشگری
	۲	گشنیزجان - عادگان	۳/۲۴	۳/۶	۳/۸	روستای هدف گردشگری
	۳	کمیتک	۳/۹۳	۳/۴۶	۴	روستای هدف گردشگری
	۴	علی آباد	۴/۰۲	۳/۵۳	۴	روستای هدف گردشگری
	۵	فراموشجان	۳/۶۵	۳/۲۳	۳/۴۳	شرایط شاخص‌ها مناسب نیست - (در مرحله ارزیابی اولیه)

ارائه مدل شاخص‌های پیشنهادی جهت انتخاب روستای هدف گردشگری

در این قسمت با توجه به نتایج کلی تحقیق یک مدل جهت انتخاب روستاهای هدف گردشگری ارائه می‌شود. این مدل در شش مرحله تدوین شده است. پس از آنکه شاخص‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، کالبدی-زیرساختی و زیست محیطی-جغرافیایی جمع‌بندی و ارائه شده، بایستی این شاخص‌ها پیاده سازی و مورد تحلیل و بررسی در روستاها قرار گیرند. این شاخص‌ها در مطالب قبلی فصل ذکر شده و در بخش اول مدل نیز به مواردی از آنها اشاره شده است. در مرحله اول بایستی به تعیین روستاها اقدام شود. منظور تمامی روستاهایی است که از وجود یک جاذبه تاریخی، فرهنگی، طبیعی و یا مجموعه‌ای از این جاذبه‌ها برخوردار هستند، می‌باشد. البته آنچه که امروزه شاهد آن هستیم نیز همین مرحله اول است و به مراحل بعدی در انتخاب روستای هدف گردشگری توجه نمی‌شود. پس از تعیین روستاهای با قابلیت گردشگری به واسطه وجود جاذبه، در مرحله دوم اقدام به ارزیابی اولیه این روستا می‌شود. در ارزیابی اولیه، روستاهای تعیین شده بر اساس شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی (۲۹ شاخص)، کالبدی-زیرساختی (۱۵ شاخص) و زیست محیطی-جغرافیایی (۱۵ شاخص) مورد بررسی قرار می‌گیرند و در حقیقت یک پالایش مجدد انجام می‌شود. اگر روستایی یا روستاهایی دارای ۸۵ درصد شاخص‌های مورد نظر نباشند، حتی با وجود جاذبه گردشگری بایستی از این موضوع خارج شود (هر روستا بایستی ارزیابی برای آن به صورت مجزا انجام شود).

در مرحله سوم که تحت عنوان ارزیابی ثانویه می‌باشد، انتخاب نهایی از روستاهای هدف گردشگری انجام می‌شود. این روستاهای از بین روستاهای مرحله قبل انتخاب و پیشنهاد می‌شوند. در ادامه با توجه به اینکه این تحقیق نشان داد گردشگری شبکه‌ای می‌تواند به توسعه بهتر گردشگری روستایی کمک نماید، دیدگاه گردشگری شبکه‌ای در مورد روستاهای انتخاب شده بررسی و تحلیل می‌شود. این بررسی بر اساس شاخص‌های مختلف از جمله موقعیت جغرافیایی روستاها، فاصله و نزدیکی آنها، نوع توپوگرافی، جاذبه‌ها، مسائل مختلف اجتماعی و دسترسی آسان انجام می‌شود. بنابراین در مرحله چهارم دیدگاه گردشگری شبکه‌ای بر اساس عوامل ذکر شده بررسی و امکان پیاده‌سازی آن در زمینه روستاهای هر منطقه ارائه می‌شود. در صورتی که این امکان فراهم باشد زمینه توسعه آسانتر و با هزینه کمتر فراهم می‌شود در غیر صورت بایستی به توسعه نقطه‌ای گردشگری (یک روستا) اقدام نمود. البته نتایج این تحقیق نشان داد که در مورد روستاهای مورد مطالعه دیدگاه گردشگری شبکه‌ای امکان‌پذیر است.

در مرحله پنجم بایستی ضعف‌ها بر اساس شاخص‌های موجود مورد اصلاح قرار گیرند و زمینه بهبود آنها فراهم شود؛ چرا که برای توسعه گردشگری همچنانکه قوت‌ها و ظرفیت‌هایی در زمینه گردشگری مهیا است، اما ضعف‌هایی نیز وجود دارد که می‌تواند به عنوان مانع در راستای توسعه گردشگری روستاها تاثیرگذار باشد. بنابراین در این مرحله بر اساس ارزیابی که شاخص‌های مختلف نشان می‌دهند، ضعف‌های زیرساختی، اجتماعی و زیست‌محیطی رفع می‌شود. در نهایت نیز در بر اساس یک برنامه مناسب و با نگرش سیستمی به توسعه و معرفی روستای هدف گردشگری اقدام می‌شود. وجود یک نگرش سیستمی در تمامی مراحل رشد و توسعه روستای هدف گردشگری باعث می‌شود که مشکلات و ضعف‌های موجود برطرف شود و از سوی دیگر با توجه به اینکه بین شاخص‌های مختلف ارتباط و همبستگی وجود دارد، وجود نگرش سیستمی می‌تواند یک وضعیت پایدار را برای توسعه گردشگری روستایی فراهم نماید.



شکل ۳. مدل پیشنهادی جهت انتخاب روستای هدف گردشگری

نتیجه‌گیری

این تحقیق به بررسی و بازنگری در تعیین شاخص‌های انتخاب روستاهای هدف گردشگری پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که شاخص‌های استاندارد در انتخاب روستاهای هدف گردشگری در ایران وجود ندارد و آنچه که یک روستا را در زمره روستاهای هدف گردشگری قرار می‌دهد، صرفاً داشتن یک جاذبه طبیعی، تاریخی یا فرهنگی است. در صورتی که شاخص‌های دیگر مانند زیرساخت‌های اجتماعی، ارتباطی و غیره کمتر مدنظر قرار می‌گیرد. در واقع این شاخص‌ها بیشتر در مرحله ذهنیت قرار دارند و همین وضعیت نیز عامل تفاوت انتخاب روستای گردشگری با کشورهای دیگر است. در حقیقت در کشورهای دیگر، انتخاب یک منطقه یا روستای گردشگری بر اساس شاخص‌های تعریف شده و استاندارد انجام می‌گیرد و روستا یا منطقه‌ای که این شاخص‌ها را در خود داشته باشد به عنوان مکان گردشگری معرفی و انتخاب می‌شود. بنابراین می‌توان اینگونه ذکر نمود که شاخص‌های گردشگری در ایران در مرحله ذهنیت قرار دارند در حالی که در کشورهای دیگر در مرحله عینیت قرار دارند و به صورت عینی می‌توان توجه و تاکید بر این شاخص‌ها را مشاهده نمود.

نتایج نشان می‌دهد آنگونه که مشخص است انتخاب روستاهای گردشگری چندان بر اساس یک استاندارد تعریف شده انجام نمی‌گیرد و ضرورت بازنگری و انتخاب شاخص‌های این روستاها کاملاً قابل لمس و درک است؛ چرا که بر اساس دیدگاه‌های افراد آنچه بیش از هر چیز دیگری یک روستا را به در زمره روستای هدف گردشگری قرار می‌دهد، صرفاً داشتن یک جاذبه تاریخی یا طبیعی است. به نظر افراد داشتن یک جاذبه تاریخی و طبیعی برای گردشگری شدن یک روستا جز اولویت‌های ابتدایی محسوب می‌شود اما کافی نیست؛ چرا که بایستی بسیاری از زیرساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و فیزیکی و خدمات در روستاها وجود داشته باشد. بنابراین ارائه برخی شاخص‌ها در این زمینه بسیار مهم و تاثیرگذار است.

نتیجه نشان می‌دهد که ضرورت تاکید برنامه‌ریزان بر گردشگری شبکه‌ای وجود دارد و افراد به گردشگری روستایی با دیدگاه شبکه‌ای تاکید بیشتری داشته‌اند و این نوع گردشگری را مفیدتر دانسته‌اند. در حقیقت گردشگری شبکه‌ای نسبت به گردشگری نقطه‌ای از وزن بیشتری برخوردار است. بررسی مطالعات میدانی نیز نشان می‌دهد که به صورت پهنه‌ای و ناحیه‌ای (شهرستانی) امکان توسعه گردشگری شبکه‌ای در منطقه مطالعه شده وجود دارد؛ چرا که هم از نظر موقعیت جغرافیایی و نزدیکی روستاها به همدیگر و هم جاذبه‌های گردشگری پذیر، روستاها با همدیگر ارتباط و همبستگی قوی دارند. روستاهای منطقه سیمرم و چادگان با زیرساخت‌های فرهنگی و تاریخی، امکان توسعه اکوتوریسم را

دارند. از سوی دیگر شهرستان‌های آران و بیدگل، نایین و اصفهان نیز با توجه به شرایط اقلیمی و آثار تاریخی امکان برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری تاریخی و فرهنگی را دارا هستند. نوع توپوگرافی و شرایط اقلیمی و از سوی دیگر فاصله و همبستگی روستاها از نظر شاخص‌های مختلف فرهنگی، مشارکتی، زیرساختی و جاذبه‌ها زمینه برنامه‌ریزی گردشگری شبکه‌ای را فراهم کرده و به نظر می‌رسد که روی این موضوع بایستی تاکید بیشتری شود.

همچنین نتایج نشان می‌دهد که شاخص‌های پیشنهادی برای انتخاب روستاهای هدف گردشگری مفید هستند و از آنها می‌توان برای انتخاب روستاهای گردشگری استفاده نمود؛ چرا که این شاخص‌ها هم بحث زیرساختی و کالبدی روستاها را مدنظر قرار داده‌اند و هم اینکه به موضوعات اجتماعی و زیست محیطی نیز نگاه ویژه‌ای داشته‌اند. علاوه بر این برای توسعه گردشگری یک مکان نیازمند توجه به برخی شاخص‌هایی می‌باشد که تحت عنوان شاخص ناملموس تعریف شده‌اند و کمتر مورد توجه بوده‌اند. این شاخص‌ها برای گردشگران بسیار مهم است. همچنین مطالعه این شاخص‌ها در روستاهای تحقیق نشان می‌دهد که ضعف‌های گردشگری روستایی در چه زمینه‌ای است و به چه صورت بایستی عمل کرد. معرفی ۵۹ شاخص عملیاتی در این تحقیق می‌تواند در انتخاب بهتر روستاهای هدف گردشگری موثر باشد و البته این شاخص‌ها بایستی به صورت مرحله‌ای اجرایی شوند. با در نظر گرفتن این شاخص‌ها به نظر می‌رسد که گردشگری روستایی در مسیر درست خود قرار خواهد گرفت. برای اینکه گردشگری روستایی در مسیر درست خود قرار گیرد ابتدا بایستی دیدگاه‌ها نسبت به انتخاب آنها تغییر پیدا کند و شاخص‌های پیشنهادی برای انتخاب آنها مورد تاکید قرار گیرد. همچنین برنامه‌ریزی میان مدت و مبتنی بر نگرش سیستمی سرلوحه قرار گیرد.

با توجه به نتایج اشاره شده چند پیشنهاد تدوین می‌شود. ۱- پیشنهاد می‌شود که از شاخص‌های تدوین شده در این پژوهش جهت انتخاب روستاهای هدف گردشگری استفاده شود. ۲- با توجه به نتیجه این تحقیق، تجدید نظر در برخی روستاهای هدف گردشگری منطقه با توجه به شاخص‌های پیشنهادی یک ضرورت است. ۳- با توجه به تایید دیدگاه گردشگری شبکه‌ای، پیشنهاد می‌شود که در برخی پهنه‌های جغرافیایی استان که امکان اجرای دیدگاه گردشگری شبکه‌ای وجود دارد، این دیدگاه اجرا شود. ۳۴ برای توسعه گردشگری منطقه، وجود یک جاذبه تاریخی یا طبیعی کافی نیست. پیشنهاد می‌شود که در یک برنامه میان مدت شاخص‌های مختلف اولویت‌بندی شود و در هر روستا جهت توسعه گردشگری اجرایی شوند. ۵- استفاده از روند ارزیابی در قالب مدل ارائه شده می‌تواند در انتخاب بهتر روستاهای هدف گردشگری تاثیر مناسبی داشته باشد.

منابع

- آقاسی، عبدالله؛ ابراهیم زاده، عیسی؛ هادیانی، زهره. (۱۳۸۸). نقش امنیت در توسعه گردشگری پایدار-مطالعه موردی شهرستان چابهار، مجموعه مقالات. *اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان* (صص ۳۲-۲۱). اصفهان: نشر دفتر تحقیقات کاربردی انتظامی استان اصفهان.
- تقوایی، مسعود؛ تقدیسی، احمد؛ بسحاق، محمدرضا. (۱۳۹۰). تعیین جایگاه توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان فارس در شاخص‌های اصلی بخش کشاورزی. *برنامه ریزی فضایی*، (۲)، ۲۵-۴۰.
- حیدری سورشجانی، رسول؛ کیانی سلمی، صدیقه؛ باسره، هدی. (۱۳۹۷). ارزیابی و اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری با استفاده از فنون تصمیم‌گیری چندمعیاره، *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۲(۴۳)، ۱۰۱-۱۴۰.
- سریرافراز، محمد. (۱۳۸۸). تحلیلی اثر امنیت بر ابعاد اقتصاد صنعت گردشگری در ایران، *مجموعه مقالات. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان* (صص ۴۵-۳۴)، اصفهان: نشر دفتر تحقیقات کاربردی انتظامی استان اصفهان.
- شادی، محمدعلی؛ حاجیلویی، مسعود؛ عزتی، عزت‌اله. (۱۳۹۵). تدوین شاخص‌های روستاهای هدف گردشگری ایران و ارزیابی آنها (مطالعه موردی: روستاهای نمونه استان سمنان)، *مجله نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، (۱)، ۷۱-۹۷.
- عسکرپور، محمدحسین؛ محمدی نژاد، امیر؛ مقدسی، رضا. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر عرضه گردشگری روستایی، *مجله روستا و توسعه*، (۴)، ۲۳-۲۲.
- کرمی دهکردی، مهدی؛ میرک‌زاده، هلی اصغر و غیاثوند غیائی، فرشته (۱۳۹۱). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستائیان استان چهارمحال و بختیاری، *مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی*، (۱)، ۹۹-۱۱۲.
- میرکتولی، جعفر؛ کنعانی، محمدرضا. (۱۳۹۰). ارزیابی سطوح توسعه و نابرابری‌های ناحیه‌ای با مدل تصمیم‌گیری چند معیاره، *مطالعه موردی: سکونتگاه‌های روستایی استان مازندران، مجله مکان/جغرافیا و آمایش سرزمین*، (۲)، ۱۷-۲.
- نظری سرمازه، حمید؛ صیدایی، اسکندر. (۱۴۰۰). واکاوی عوامل بنیادین اثرگذار بر توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از تحلیل مقایسه کیفی مجموعه فازی (مطالعه موردی شهرستان کوه‌رنگ)، *مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی*، (۷)، ۲۶۱-۲۷۶.

- Agustina, S. (2017). Eco camp Educational tourism phEnomEnon in indonEsia. *Journal of Sustainable Development Education and Research*, 1(1), 45-54.
- Apostolache, M. A. (2014). Regional Development in Romania–From Regulations to Practice”, *Procedia Economics and Finance*, 8(1), 35-41.
- Ballina, F. J. (2020). Is there rural smart tourism? A Spanish experience. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(3),369-380.
- Learmonth, M. Harding, N. (2006). Evidencebased management: The very idea, *Public administration*, 84(2), 245-266.
- Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). Smart tourism city: Developments and transformations. *Sustainability*, 12(10),1-13.
- Li, W. Z., & Zhong, H. (2022). Development of a smart tourism integration model to preserve the cultural heritage of ancient villages in Northern Guangxi. *Heritage Science*, 10(1), 1-15.
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79(2), 177-188.
- Lukjanova,J.(2019). Problems and trends of regional tourism development in Latvia, *Journal of Economics Ecology Socium*, 3(1),1-11
- Milova,Y., Piskovets, E., Chernyshenko,M.(2017). Challenges and Opportunities for Regional Tourism Development, *Advances in Economics, Business and Management Research*,38(2),438-442.
- Morrison. A ., Lynch, P .(2007). *The Role of Networks. In: Micro – Clusters and Networks the Growth of Tourism*, Michael, E. Elsevier, The Boulevard, Langford Lane, Kidlington, Oxford OX5 1GB, UK.
- Murty, V. K., & Shankar, S. S. (2020). Towards a scalable architecture for smart villages: the discovery phase. *Sustainability*, 12(18), 1-17.
- Osman, Z. Sentosa, I .(2013). *Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural* , Malaysian: Rural center press.
- Pantiyasa, I. W., Sulasmini, N. M. A., & Rosalina, P. D. (2019). Construction Model Of Tourist Village Development Towards Smart Eco-Tourism Village Destination In Paksebali To Become Tourism Icon In Klungkung Regency, Bali. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(1), 44-62.
- Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2011). Developing sustainable rural tourism evaluation indicators. *International journal of tourism research*, 13(5), 401-415.
- Reeves, D. (2005). *Planning for Diversity: Policy and Planning in a World of Difference*, London: Routledge.
- Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47(2), 134-149.
- Tosun, C .(2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of turkey, *Journal of Tourism Management*, 22(4), 289-303.
- Yang, J., Yang, R., Chen, M. H., Su, C. H. J., Zhi, Y., & Xi, J. (2021). Effects of rural revitalization on rural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47(3), 35-45.
- Yu, L. Hou, X. Gao, M. Shi, P .(2010). Assessment of Coastal Zone Sustainable Development: A Case Study of Yantai, China, *Ecological Indicators*, 10(2), 1218-1225.