



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال پنجم، شماره‌ی ۱۹، زمستان ۱۳۹۵

صفحات ۱۷۵-۱۹۸

واکاوی کیفی مشکلات گردشگری روستایی در استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از نظریه مبنایی با تاکید بر روستای دیمه شهرستان کوهرنگ

مهدی کرمی دهکردی^۱

خلیل کلانتری^۲

محمدامین خراسانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰

چکیده

ویژگی‌های منحصر به فرد جغرافیایی، اکولوژیکی، جاذبه‌های کوهستانی، منابع آبی، جنگلی و ... در استان چهارمحال و بختیاری سبب جذب بسیاری از گردشگران به این منطقه شده است. هدف از انجام این پژوهش واکاوی دیدگاه‌های مختلف در خصوص تدوین مدلی سامانه‌ای از موانع و مشکلات گردشگری در روستای هدف گردشگری دیمه شهرستان کوهرنگ در استان چهارمحال و بختیاری می‌باشد. این مدل مبتنی بر مدل پایه استخراج شده از مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری می‌باشد. مطالعه حاضر از لحاظ پارادایم، جز تحقیقات کیفی بوده و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش، از روش نظریه مبنایی استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه تحقیق شامل سه دسته (۱) مطالعات روستایی، (۲) گردشگران داخل و خارج استان و (۳) مسولان و متخصصان میراث فرهنگی بودند. روش نمونه‌گیری به صورت کاملاً هدفمند (روش گلوله برفی) بوده که پس از انجام مصاحبه‌های عمیق، مصاحبه متمرکز، مصاحبه ساختار یافته و نیمه ساختار یافته و در نهایت رسیدن به اشباع تئوری، اطلاعات جمع‌آوری شده و سپس مراحل کدگذاری و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوا صورت پذیرفت. نتایج حاصل از تحقیق حاضر استخراج مدل مفهومی مشکلات گردشگری روستای هدف دیمه منطقه کوهرنگ بود که نشان داد این کانون دارای مشکلات زیرساختی، بهداشت و سلامت، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح از گردشگری، عدم انگیزه مسولان محلی، عدم برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت، مشکلات مربوط به منابع انسانی، مشکلات گردشگری و مقوله دولت و مشکلات مربوط به صنایع دستی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، مشکلات و موانع، روستای دیمه شهرستان کوهرنگ، استان چهارمحال و بختیاری، تحلیل کیفی، تئوری بنیانی.

^۱ استادیار دانشگاه شهرکرد

^۲ استاد گروه اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران

^۳ نویسنده مسئول: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران (khorasani_ma@ut.ac.ir)

مقدمه

گردشگری از مهمترین فعالیت‌های انسان معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد. به استناد تعاریف سازمان جهانی جهانگردی، پیش نیاز توسعه - پایدار گردشگری، تلفیق و هماهنگی اهداف اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی است.

با توجه به آمار و ارقام مذکور و همچنین پیش بینی‌هایی که در خصوص افزایش تعداد گردشگر بر اساس پیش بینی‌های سازمان جهانی گردشگری (با توجه به شکل شماره ۱) تا سال ۲۰۲۰ وجود دارد، این روند روبه افزایش می‌باشد، این در حالی است که در سال ۱۹۹۹ فقط نزدیک به ۱/۰۰۸ میلیون گردشگر از ایران دیدن نموده اند و در این میان کمتر از ۱ درصد گردشگران ایران از استان چهارمحال و بختیاری که یکی استان‌های با قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فوق العاده زیاد می‌باشد و ظرفیت‌های لازم را جهت توسعه صنعت گردشگری را در اختیار دارد، دیدن کرده اند.^۱

حال زمان پرسش این سوال فرا رسیده است که آیا در روستای مورد مطالعه (دیمه) مطالعه‌ای در خصوص موانع و تنگناهای گردشگری صورت گرفته است؟ آیا مشکل کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف گردشگری (در این مطالعه روستای دیمه) از زبان متخصصان، مردم روستایی و مسولان شهرستان‌های متعدد بررسی شده است؟ آیا مدلی برای مشکلات و موانع گردشگری استان چهارمحال و بختیاری و در پی آن کانون‌ها و روستاهای هدف گردشگری (مورد مطالعه این پژوهش: روستای دیمه) به دست آمده است. پژوهش حاضر با درک چنین اهمیتی قصد دارد تا به شناسایی و تدوین موانع گردشگری استان چهارمحال و بختیاری از دیدگاه متخصصین^۲ مرتبط با بخش گردشگری، افراد کلیدی^۳ روستاها و گردشگران داخل و خارج از استان، که در کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف حضور داشتند مدل میدانی موانع و تنگناهای گردشگری استان چهارمحال و بختیاری را با استفاده از نظریه مبنایی استخراج نموده و در پی آن روستای هدف گردشگری مورد مطالعه در این پژوهش یعنی روستای دیمه را استخراج بنماییم.

اهمیت و ضرورت تحقیق

سازمان جهانی گردشگری، گردشگری را به عنوان وسیله‌ای پیشنهاد می‌کند که به موجب آن می‌توان به اهداف هزاره‌ی سوم^۴ دست یافت. ۸۰ درصد از ۵۶ کشوری که راهبردهایی برای کاهش

^۱ اگر استان چهارمحال و بختیاری بتواند با برنامه ریزی صحیح تنها ۲٪ (درصدی بسیار پائین و قابل حصول) از درآمد قابل حصول را جذب نماید، مبلغی بیش از ۲۷۵ میلیون دلار به دست خواهد آمد که درآمدی بسیار هنگفت بوده و میتواند تأثیری بسیار شگرف در رشد اقتصادی استان و کل ناحیه داشته باشد.

^۲ Tourism Expert

^۳ Key Informant

^۴ Millennium Development Goals (MDGs)

فقر اتخاذ نموده‌اند، گردشگری را به عنوان یک گزینه برای رشد اقتصادی، اشتغال و کاهش فقر ذکر کرده‌اند. بسیاری از آنها مانند اتیوپی، تانزانیا، اوگاندا، غنا، نیجریه، موزامبیک، کنیا، کامبوج و هندوراس، برای گردشگری وزن و اهمیتی برابر کشاورزی و صنایع کوچک قائل (بوزینده و همکاران^۱، ۲۰۱۳). اتکا بر گردشگری به عنوان یک مولد اقتصادی به طور فزاینده‌ای در جوامع منزوی، دورافتاده و به اصطلاح جزیره‌ای که دچار رکود در صنایع سنتی شده‌اند، اهمیت یافته است. ورود گردشگران به این نواحی بر بخش‌ها و خدمات مختلف تأثیرگذار است، به گونه‌ای که ایجاد اشتغال را افزایش می‌دهد و موجب پویایی و جنبش جمعیت متفرق و پراکنده‌ی این نواحی می‌گردد (کوری و فالکونر^۲، ۲۰۱۳).

گردشگری در چالش‌های پسامردن در ساختار شکنی جنبه‌های کلاسیک خود گرفتار آمد و زمینه‌های شکل‌گیری جریان گردشگری کیفی در اقتصاد پسا صنعتی و پیرامون آن مهیا شد. این روند زمینه‌های تعامل فرهنگی را همراه با کاهش اثرات سوء زیست‌محیطی بین جامعه میزبان، گردشگر و محیط گردشگری فراهم نمود (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱۱۴). گردشگری روستایی گونه‌های متفاوتی دارد که نشان دهنده الگوی پیچیده محیط زیست، اقتصاد، تاریخ و موقعیت روستا است. طبیعت، محیط روستا، میراث تاریخی و فرهنگی آن شرط اصلی برای توسعه گردشگری روستایی است؛ زیرا این خصایص در سال‌های اخیر گردشگران زیادی را جذب زندگی روستایی کرده است (استتیک^۳، ۲۰۱۱: ص. ۳).

گردشگری به علت ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد، مفهوم صنعت را توسعه داده و فناوری خاص خود را مطرح کرده است. به بیان ساده تر، صنعت گردشگری، به مثابه یک مجموعه صنعت، نیروی محرکه ای را فراهم می‌سازد که با تکیه بر آن، چرخ‌های صنایع حیاتی با شتاب بیشتری حرکت کنند و راه توسعه محلی و ملی هموار شود. منافع اقتصادی حاصل از سرمایه‌گذاری کالا در عرصه صنعت گردشگری در صورت اتخاذ خط‌مشی‌های واقع بینانه می‌تواند آثار مثبتی را به بار آورد. براین اساس صنعت گردشگری یکی از کلانترین عرصه‌های فعالیت اقتصادی است که نه تنها در کشورهای گردشگرپذیر اروپا مانند فرانسه، اتریش، ایتالیا و اسپانیا بلکه در بعضی کشورهای در حال توسعه مانند مصر نیز یکی از اصلی‌ترین منابع درآمد این کشورها را تشکیل می‌دهد (کارولین^۴، ۲۰۰۹).

مطالعات انجام شده توسط کارشناسان نشان می‌دهد که بسیاری از جوامع روستایی، اقتصاد محلی خود را به سمت فعالیت‌های گردشگری سوق داده‌اند تا وضعیت امرار معاش خود را بهبود بخشند. در راه‌اندازی یا توسعه‌ی صنعت گردشگری، جوامع مختلف در حال تحقیق پیرامون تغییر

^۱ Buzinde

^۲ Currie and Falconer

^۳ Stetic

^۴ Caroline

اقتصادشان از اقتصاد تولیدی به عرصه‌ی خدمات هستند. چشم‌انداز آتی گردشگری، ایجاد اثرات مثبت اقتصادی است، ولیکن هنوز این توفیق به طور کامل حاصل نشده و نتایج مثبت به دست آمده مستمر نبوده است

مبانی نظری

اصولاً توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی، نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت. برای تحقق این مهم، بسیاری از کشورهای جهان، تمایل شدیدی به جذب سرمایه‌های خارجی پیدا کرده‌اند (شاکری و سلیمی، ۱۳۸۵: ۱). یکی از قلمروهایی که توان جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی و به تبع آن توسعه اقتصادی را در پی دارد، گردشگری می‌باشد.

گردشگری از جمله بزرگترین محرک‌های اقتصادی به شمار می‌رود و به عنوان یک ابزار قوی اقتصادی نقش مهمی دارد و با ترکیب و به کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی زیادی را به دنبال دارد (داسویل^۱، ۲۰۰۵: ۱۱۲). در حال حاضر گردشگری با ایجاد درآمدهای کلان و فرصت‌های شغلی فراوان به عنوان اقتصاد پایدار شناخته می‌شود (هامیلتون و همکاران^۲، ۲۰۰۵، ۲۵۵).

طبق تعریف سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، مناطق نمونه گردشگری فضاهایی را در بر می‌گیرد که در جوار جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، طبیعی و گردشگری کشور به منظور ارائه خدمات به گردشگران توسط بخش غیر دولتی بر اساس ماده ۸ و آیین نامه مناطق نمونه گردشگری، تاسیس و اداره می‌شوند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۸۹: ۲). بر اساس تعریف فوق مناطق نمونه گردشگری عمدتاً در جوار منابع و جاذبه های تاریخی، طبیعی و ... مکان یابی شده اند. رویکرد نظریه‌ای حاکم بر فرایند ایجاد مناطق نمونه گردشگری مبتنی بر «توسعه پایدار» است. رویکرد توسعه پایدار گردشگری هم‌سو با پذیرش جهانشمول پارادایم توسعه پایدار در مجامع علمی و تصمیم‌گیری، از دهه ۱۹۹۰ به بعد وارد ادبیات گردشگری شد. توسعه پایدار گردشگری، یک جابه‌جایی از رویکردهای سنتی اقتصاد نئوکلاسیک در زمینه توسعه گردشگری، به یک رویکرد کلی نگرتر (سیستمی تر) را نشان می‌دهد که در آن نه تنها نیازهای بازار مورد توجه است بلکه نیازهای (ضروریات) جامعه و محیط زیست طبیعی نیز مورد توجه و تأکید قرار می‌گیرد (قدمی، ۱۳۹۰: ۶۰).

^۱ Doswill

^۲ Hamilton

پیش فرض‌های پایه توسعه پایدار گردشگری عبارتند از: امنیت اکولوژیکی، امنیت اجتماعی، امنیت انسانی، امنیت اقتصادی و یکپارچگی کالبدی- فضایی (تقوایی و صفر آبادی ۱۳۹۰: ۴۱ و ۴۰). در گردشگری پایدار تلاش می‌شود تعادل، تداوم و کیفیت مناسبی را در حیطه گردشگری برای گردشگران، زیست بوم و جامعه میزبان فراهم کند. در این نوع از گردشگری، مشارکت مردمی، چه گردشگران، چه مردم محلی و حتی طراحان و برنامه ریزان حائز اهمیت است (نامدار، ۱۳۸۲: ۱۳۴). در صورتی که برنامه‌ریزی‌ها به گونه‌ای صورت گیرد که محیط زیست کشف و توانایی پاسخگویی به این نیازها را نداشته باشد، آسیب‌های شدید زیست محیطی بر پیکره زیست بوم وارد می‌شود و منطقه گردشگری مورد نظر از حیطه گردشگری‌های پایدار خارج شده و بایستی دنبال راهکارهایی برای حل مشکلات خود باشد (رنجبریان، ۱۳۷۹: ۷۶).

در دهه‌های اخیر توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته و بسیاری از کشورها به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج داده و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۴). توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع داشته و نقش آن به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیر ساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تایید قرار گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). از سوی دیگر آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۸۴) بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه‌ی ساختار زیربنایی می‌دانند (ابراهیمی و خسروی، ۱۳۸۴). حجم مبادلات بین‌المللی گویای آن است که بیش از ۲۰ درصد مبادلات با جریان گردشگری آغاز می‌گردد و در برخی کشورها درآمدهای ناشی از آن یکی از منابع عمده در جهت تقویت اقتصاد ملی روزافزون آنها می‌شود (راجی، ۱۳۷۴: ۱۱) و از این طریق این کشورها قادر شده‌اند مسائل مهمی نظیر درآمد ارزی، رونق اشتغال، تبادل و تعامل فرهنگی، ایجاد بازار مصرف و خدمات، پرکردن اوقات فراغت و حضور آگاهانه و فعالانه در عرصه‌ی ارتباطات و اطلاعات جهانی را در جهت پیشرفت و توسعه‌ی کشورشان برای مردم خود به ارمغان آورند (شریف‌زاده و مرادی‌نژاد، ۱۳۸۱: ۵۲). لذا جهت تنوع‌بخشی به منابع، رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، توسعه‌ی صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (صباغ کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹).

همچنین گردشگری روستایی به عنوان منبع با ارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد است که می‌تواند وسیله مناسبی برای توسعه اجتماعی- اقتصادی جوامع روستایی باشد. گردشگری روستایی در بسیاری از کشورها، با سیاست‌های کشاورزی در ارتباط است و غالباً می‌تواند وسیله‌ای در جهت حمایت محیط زیست و فرهنگ روستایی باشد و نقش اساسی در توسعه و حفظ روستا داشته باشد(منشی زاده، ۱۳۸۴).

مروری بر ادبیات تحقیق

سجادیان و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل قابلیت استفاده از جذابیت دامنه نوردی در گردشگری روستایی دهستان‌های شهرستان آمل با بهره‌گیری از «GIS, Step AHP Function» به این نتیجه رسیدند که اول، دهستان‌های شهرستان آمل دارای جذابیت طبیعی مناسب دامنه نوردی بوده و دوم، می‌توان از این قابلیت در جهت گردشگری روستایی دهستان‌های شهرستان استفاده نمود.

سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «اولویت‌بندی سطح کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی» (مطالعه موردی: روستاهای با پتانسیل گردشگری رود دره‌ای استان تهران) به این نتیجه رسیدند که از نظر صاحبان کسب و کارها، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه با یکدیگر تفاوتی در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی ندارند. همچنین، نتایج حاصل از پیاده‌سازی تکنیک تاپسیس نیز گویای امتیازات دقیق روستاها و مسیرها به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی با یکدیگر است که پراکندگی رتبه‌ها بین روستاهای دو گروه حفاظت شده و حفاظت نشده را نشان می‌دهد.

مطیعی‌لنگرودی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری» (مطالعه موردی: تفرجگاه بند ارومیه) به این نتیجه رسیدند که منطقه از شروط اولیه توسعه گردشگری برخوردار است، لذا برای پایداری آثار گردشگری و بهره‌مندی از آثار اقتصادی ناشی از این فعالیت در منطقه مورد مطالعه، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است.

فرجی‌سبک بار و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «سطح‌بندی فضایی محورهای گردشگری استان فارس بر مبنای خدمات و تسهیلات گردشگری» به این نتیجه رسیدند که محورهای شمالی و جنوبی با توجه به این‌که درگاه بیشترین ورود گردشگران به این استان هستند، از خدمات کمتری برخوردارند و باید در اولویت توسعه خدمات و زیرساخت‌های گردشگری قرار گیرند.

آکا^۱ (۲۰۱۰) در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی گردشگری روستایی در ترکیه با استفاده از تحلیل سوات»، وضعیت گردشگری روستایی در کشور ترکیه را بررسی نمود. نتایج تحقیق نشان می‌دهد ترکیه از قابلیت‌های فراوانی در زمینه گردشگری روستایی بهره مند است، لیکن انگیزه‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و مشوق‌ها برای این موضوع کافی نبوده، در مقایسه با سایر مقاصد گردشگری حوزه مدیریت از روند کندی برخوردار است. در صورت اتخاذ سیاست‌های مناسب در شرایط تغییرات گردشگری جهانی و مزیت‌ها و اولویت‌های گردشگران، ترکیه می‌تواند در کوتاه‌مدت به یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری روستایی در سطح جهانی تبدیل شود.

ایولین و همکاران^۲ در مقاله‌ای با عنوان «مقایسه فراتحلیل منطقه‌ای در سطوح متفاوت فضایی و اثرات اقتصادی گردشگری»، به این نتیجه رسیده است که با کاهش اشتغال در بخش کشاورزی، گردشگری به عنوان یک فعالیت جدید در اقتصاد روستایی باعث افزایش درآمد، تجارت بومی و کیفیت زندگی شود. گردشگری می‌تواند یک بخش برتر از نظر گستردگی فعالیت‌ها باشد و می‌تواند پذیرای نیروی کار بی‌مهارت باشد و برای روستاها، شهرهای کوچک و میانی فرصت‌های شغلی خوبی را ایجاد کند.

در مطالعه‌های دیگر با عنوان استراتژی‌های گردشگری و معیشت روستایی در مناطقی از رومانی، ایوریو و کورسال^۳ (۲۰۱۰) نتیجه گرفتند که تغییرات اساسی در حومه شهر رومانی به همراه نیاز به فعالیت‌های اقتصادی قوی‌تر باعث شده که برخی از خانواده‌ها به گردشگری به عنوان یک استراتژی تنوع اقتصادی نگاه کنند. آنها در این مطالعه کیفی کارآفرینان گردشگری روستایی را انتخاب کردند که نشان می‌دهد تجارب مثبت ناشی از فعالیت‌های گردشگری، هم از لحاظ اقتصادی و هم در دیگر جنبه‌های زندگی آنها وجود دارد.

نایاپین^۴ (۲۰۱۱) در بررسی ارتباط بین تنوع زیستی، معیشت و گردشگری نتیجه گرفت که گردشگری کمک می‌کند تا نگرش مردم محلی نسبت به حفاظت از تنوع زیستی تغییر و وابستگی مردم به منابع طبیعی کاهش یابد. گردشگری، به ویژه در مقیاس کوچک و سرمایه‌گذاری‌های اکوتوریسم محلی به عنوان یک ابزار به منظور ارتقاء معیشت مردم در اطراف مناطق حفاظت شده شناخته شده است.

گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های مهم و در حال رشد سریع در جهان است که به میزان قابل توجهی در رشد اقتصاد کشورها مؤثر است، ضمن آن که منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی نیز می‌گردد (عثمان و سنتوسا، ۲۰۱۳). گردشگری عرصه‌ی پیچیده و مشتمل بر اجزاء

^۱ Acka

^۲ Eveline

^۳ Iorio and Corsale

^۴ Nyaupane

^۵ Osman & Sentosa

بسیاری است که در محصول و تجربه‌ی گردشگری نقش دارند (کوری و فالکونر، ۲۰۱۳). در این میان، گردشگری روستایی از طرف دولت‌ها، سازمان‌های غیر دولتی و فعالان اقتصادی توجه زیادی جلب کرده، زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع محلی ایفا می‌کند (چین و همکاران^۱، ۲۰۱۴).

برای حصول پایداری در گردشگری روستایی و همچنین مشارکت در اقتصاد ملی، رضایتمندی ساکنان محلی و گردشگران امری حیاتی است. انجام ارزیابی از میزان رضایتمندی گردشگران در مقصدهای گردشگری روستایی به فعالان گردشگری روستایی کمک شایانی می‌کند تا دریافت بهتری از دیدگاه‌های گردشگران داشته باشند و تلاش‌های شان را در جهت ایجاد تجربه‌های مثبت برای گردشگران متمرکز نمایند. در واقع، سطح رضایتمندی یک گردشگر ممکن است در تصمیمات آتی وی برای مراجعه‌ی مجدد به مکان مورد نظر و یا پیشنهاد تجربه‌ی آن به سایر افراد مؤثر واقع شود. در زمینه‌ی گردشگری روستایی، کیفیت خدمات عرضه شونده توسط دست‌اندرکاران مربوطه یک عامل حیاتی در جذب گردشگران است (راجاراتنام و همکاران^۲، ۲۰۱۴).

یکی از نکات مهم برای یک مقصد گردشگری توانایی ایجاد یک تصویر منحصر به فرد است به گونه‌ای که گردشگران تحت تأثیر قرار گیرند؛ چرا که در این صورت گردشگران با خاطره‌هایی که از محیط دارند قادر خواهند بود بر سایر مردم نیز تأثیر بگذارند. در طول سال‌ها، مطالعات مختلفی اهمیت تصویر مقصد بر رفتار گردشگر را تبیین نموده‌اند. پس از ترک مقصد، گردشگران تنها تصاویری از آنجا به همراه خواهند داشت و بنابراین، جلب رضایت گردشگران از طریق فراهم آوردن خدمات گردشگری و میهمان‌داری [به عنوان جزئی از کیفیت محیطی] بسیار حائز اهمیت است (کارتوننتو و همکاران^۳، ۲۰۱۴). در حال حاضر، مقاصد گردشگری در وضعیتی قرار دارند که ناگزیرند به طور مستقیم با سایر مقاصد گردشگری در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای، استانی، شهری و سطوح محلی رقابت کنند. (آدینکا او جو و همکاران^۴، ۲۰۱۴).

روش شناسی

این مطالعه از پارادایم کیفی بهره گرفته که روشی منطقی و توأم با کل نگری است (ادیب حاج باقری و صلصالی، ۱۳۸۶). هدف کلی از این پژوهش، دسترسی به تصویر روشنی از مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری و هدف اختصاصی آن، شناسایی مشکلات و موانع روستای هدف گردشگری دیمه، واقع در شهرستان کوهرنگ در استان چهارمحال و بختیاری (در قالب مدل

^۱ Chin

^۲ Rajaratnam

^۳ Caruntu

^۴ Adeyinka-Ojo

مفهومی) بود، که به منظور دسترسی به این مهم از روش گراند تئوری (تئوری زمینه‌یابی) استفاده شد. نظریه‌ی مبنایی یک روش تحقیق کیفی است که برای بررسی فرآیندهای اجتماعی موجود در تعاملات انسانی به کار می‌رود. این روش که توسط گلاسر و استراوس توسعه یافته ریشه در مکتب تفسیری تعامل‌گرایی سمبولیک دارد. این روش، نوعی تحقیق در عرصه است، که پدیده‌ها را در موقعیت طبیعی آن‌ها مورد بررسی قرار داده و توصیف می‌نماید (ادیب حاج باقری و صلصالی، ۱۳۸۶).

در تحقیق حاضر، مدل طراحی شده روستای هدف گردشگری دیمه، برگرفته از مدل پایه استخراج شده مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری (که در شکل ۲ آورده شده است) می‌باشد، لذا بدین منظور ابتدا مدل کلی و پایه، شناسایی و طراحی گردید تا از پی آن مدل گردشگری روستای مذکور استخراج گردد. به عبارت دیگر در ابتدا با مطالعه کلیه کانون‌های گردشگری، مدل کلی مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری شناسایی و سپس به صورت جداگانه به بررسی مشکلات گردشگری کانون‌ها پرداخته شد که در این مقاله به بررسی مشکلات گردشگری روستایی، روستای دیمه واقع در شهرستان کوهرنگ که یکی از پرجاذبه‌ترین مناطق استان و کشور است پرداخته می‌شود.

جهت دسترسی به موانع گردشگری استان از جوامع زیر بهره گرفته شد.

جامعه مورد مطالعه در این تحقیق، شامل :

- افراد کلیدی^۱ روستاهای هدف و یا کانون‌های گردشگری که با استفاده از روش گلوله برفی^۲ انتخاب و با مصاحبه‌های عمیق اطلاعات کاملی از افراد مذکور به دست آمد و این مصاحبه برای هر یک از مطلعین روستاها (مورد مطالعه: روستای دیمه) تا نقطه‌ی اشباع تئوریک^۳ ادامه داشت.
- دسته دوم، متخصصین^۴ مرتبط با بخش گردشگری (متخصصین سازمان میراث فرهنگی استان چهارمحال و بختیاری)، مسئولین کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف (مورد مطالعه:

^۱ Key Informant

^۲ گلوله برفی (Snowball) یکی از روشهای نمونه‌گیری در تحقیقات به روش کیفی بوده، که بیشتر به منظور شناسایی افراد کلیدی (Key informant) استفاده می‌شود، لذا در این پژوهش نیز به منظور شناسایی حقیقی افراد و افزایش اعتبار بیشتر تحقیق، از این روش بهره گرفته شد. اساس کار بدین ترتیب بود که، از افراد مختلف با تخصص در زمینه گردشگری آدرس (نام) افراد متخصص (هم‌کیشان خود در مورد بحث گردشگری) پرسیده شد، که این افراد نیز سایر افراد دیگر را معرفی می‌کردند، این کار آنقدر ادامه پیدا می‌کند تا اصطلاحاً گلوله برفی به حالتی برسد که دیگر توان حرکت دادن آن نباشد، و این زمان، لحظه‌ای است که به اشباع تئوری رسیده ایم. زمانی که افرادی متخصص در این زمینه دوباره توسط سایرین معرفی شوند (یعنی اینکه اسامی افراد تکراری شوند)، در اصطلاح به اشباع تئوری رسیده ایم. روش نمونه‌گیری در این تحقیق کاملاً هدفمند بوده و تا زمان رسیدن به اشباع تئوری ادامه یافت.

^۳ Theoritical Saturation

^۴ Tourism Expert

روستای دیمه) از جمله دهیارهای روستاهای هدف (روستای دیمه)، بخش دارها، فرمانداران شهرستانها و شهرداران شهرها (فرماندار و شهردار شهرستان کوهرنگ و شهر چلگرد) بودند.

- و دسته سوم، شامل گردشگران داخل و خارج از استان که در کانونهای گردشگری و روستاهای هدف (مورد مطالعه: روستای دیمه) حضور داشتند، که برای هر کانون به صورت جداگانه با مصاحبههای عمیق و تا دسترسی به نقطه اشباع تئوریک ادامه داشت.^۱

اطلاعات میدانی گردآوری شده از روستائیان، گردشگران داخلی، گردشگران خارج از استان، متخصصین مرتبط با بخش گردشگری، مسئولین کانونهای گردشگری و روستاهای هدف (از جمله دهیارهای روستاهای هدف، بخش دارها، فرمانداران شهرستانها و شهرداران شهرها) به منظور دستیابی به مدل میدانی، تحت عنوان "مشکلات و محدودیت های گردشگری در روستاهای هدف و کانونهای گردشگری استان چهارمحال و بختیاری" با استفاده از تکنیک نظریه مبنایی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جهت دستیابی به عمیقترین اطلاعات در رابطه با موضوع مورد نظر و نهایتاً استخراج مدل مذکور، از مصاحبههای عمیق، مصاحبه های متمرکز و مشاهده مستقیم استفاده شد و تجزیه و تحلیل دادهها با استفاده از روش کیفی نظریه مبنایی صورت پذیرفت.

به منظور شناسایی جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، ضمن مطالعات اولیه و پرس و جو در مورد متخصصین، نسبت به شناسایی افراد کلیدی و مطلع، اقدام گردید. روش نمونه گیری به صورت کاملاً هدفمند و با استفاده از تکنیک گلوله برفی و پس از رسیدن به اشباع نظری صورت گرفت. به منظور جمع آوری اطلاعات از مصاحبههای عمیق^۲، مصاحبه های متمرکز^۳ و مشاهده مستقیم^۴ استفاده شد. پس از جمع آوری اطلاعات، دادههای جمع آوری شده از طریق تحلیل محتوایی مورد واکاوی قرار گرفتند و طی مراحل کدگذاری باز^۵، کدگذاری محوری^۶ و کدگذاری انتخابی^۸ طبقه بندی گردیدند. در کدگذاری باز به هر یک از مشکلات مطرح شده از سوی نمونه ها یک کد داده شد و تمامی دادهها کدگذاری گردیدند، سپس در کدگذاری محوری میزان تشابه و تفاوت هر یک از مفاهیمی که در کدگذاری باز به دست آمده بود مورد مقایسه قرار گرفت و نهایتاً در کدگذاری انتخابی به یک طبقه بندی کلی برای تمامی داده ها دست پیدا کرده و از این طریق یک مدلی ساختار مند برای مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری و در پی آن روستای هدف گردشگری دیمه (با توجه به دیدگاه مسولین مربوط به کانون گردشگری روستای دیمه و با توجه به بررسی دیدگاه سه دسته مذکور) استخراج گردید، لازم به ذکر است که در ابتدا مدل کلی موانع

^۵ به منظور معتبر بودن اطلاعات و رسیدن به اشباع تئوری جمع آوری اطلاعات از گردشگران در کانونها و روستاهای هدف، تا رسیدن به مرحله اشباع تئوری ادامه یافت که دیدگاه گردشگران تا رسیدن به نقطه اشباع پس از طی ۳ مرحله در ماه های متعدد در کانون های مختلف گردشگری (و در این مطالعه روستای دیمه) انجام شد.

^۲ Deep Interview

^۳ Focus Group

^۴ Direct Observation

استان مشخص شده (حاصل جمع آوری کل اطلاعات از روستاهای هدف و کانون های گردشگری) و پس از آن مدل روستای هدف گردشگری دیمه (واقع در منطقه کوه‌رنگ) استخراج گردیده است.

یافته‌ها (نتایج و بحث):

بر اساس نظریه زمینه‌ای، پس از جمع آوری اطلاعات از جامعه مورد مطالعه (۳ دسته که در بالا آورده شد)، به بررسی و تحلیل نوارهای ویدئویی ضبط شده، مصاحبه‌ها، عکس‌ها و دست نوشته‌ها پرداخته شد. پس از چندین بار مرور، موارد مشابه، نکات اضافه، زاید و بدون ارتباط با موضوع تحقیق، حذف و گویه‌های کلیدی در قالب کد و مفاهیم^۱ به دست آمد (مرحله اول، کد گذاری باز).

کد گذاری باز^۲

در این مرحله، با به کارگیری سیستم کد گذاری باز، خط به خط^۳ (داده‌ها تحلیل، فرآیندهای آن مشخص و به هر جمله به صورت جداگانه یک کد داده شد. در پژوهش حاضر برای انجام کدگذاری باز، جملات اصلی استخراج و به هر کدام کدهایی با علامت P و E داده شد. کدهای P، مربوط به نظر مردم روستا و گردشگران بوده و کدهای E مربوط به نظرات متخصصان می باشد، که در زیر (جدول ۱) نحوه کدگذاری در این مرحله به صورت خلاصه آورده شده است.^۴

جدول ۱- شمای کلی مفهوم سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

ردیف	گویه‌های استخراج شده	کد مورد نظر
۱	عدم (کمبود) تابلوهای راهنما در جاده های دسترسی و مراکز جمعیتی برای کانون های گردشگری و روستاهای هدف	P 01
۲	نبود پارکینگ مناسب برای خودروها و یا وضعیت بسیار نامناسب پارکینگ ها	P 02
۳	عدم توجه به نظرات مردم روستا در خصوص ارائه طرح ها به ادارات و سازمان ها(هر کس یک بار مراجعه کند پشیمان می شود).	P 03
.	.	.
.	.	.
.	.	.
۷۵	سنگ چینی نامناسب راهروها و عدم زیرساخت اصولی	E 29
۷۶	نبود سرویس بهداشتی تمیز و مرتب	E 30

^۱ Concept

^۲ Open Coding

^۳ Line by Line

^۴ جهت دسترسی به اطلاعات کامل به مقاله شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی (که در اینجا به دلیل طولانی شدن مقاله از ذکر آن خودداری شده است) مراجعه گردد.

E 31	خاکی بودن کل مجموعه و گل شدن مجموعه در اثر شستشو	۷۷
منبع: (کریمی دهکردی و کلاتری، ۱۳۹۰)		E = Expert P = People

در کدگذاری محوری داده ها در فرایندی مستمر با هم مقایسه می شوند تا بعد از کد گذاری باز پیوند بین مقوله ها مشخص شود در کدگذاری محوری، طبقات^۱ تشکیل شده توسعه می یابند و هر طبقه شامل زیر طبقه‌هایی می شود که ارتباط هر یک از آنها مشخص می‌گردد لازمه‌ی مرحله‌ی کدگذاری محوری مقایسه‌ی دایمی داده هاست. محقق داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه نموده و به صورت خوشه‌هایی که با هم تناسب دارند در می آورد و کدهای مشابه را در یک طبقه قرار می‌دهد (ادیب حاج باقری و صلصالی، ۱۳۸۶). در این مرحله کدهای حاصل تحلیل و آن دسته از کدها که موضوع مشترک داشته در قالب مفاهیم جدید گروه بندی شدند، به عبارتی در این مرحله طبقه‌های گسترده حاصل گردید که هر یک دارای خرده طبقاتی می‌باشند. در زیر (جدول شماره ۲) نحوه کدگذاری محوری در این مرحله به صورت خلاصه آورده شده است.^۲ شایان ذکر است که طبق اصول این روش، کدگذاری لزوماً باید در جدول آورده شود و آوردن آن به صورت شکل و نمودار در این روش پیش بینی نشده است.

جدول ۲-شمای کلی نتایج حاصل از کد گذاری محوری (خلاصه شده)

کد مرتبط	خرده طبقات	طبقات گسترده
P	مناسب نبودن جاده های دسترسی به کانون های گردشگری	عدم (کمبود) امکانات زیرساختی
E	فقدان آراستگی شهری در شهرها، روستاهای هدف و ورودی ها در کانون های گردشگری	
	سایر ...	
E	عدم (کمبود) شناخت دقیق حدود بازار گردشگری استان از سوی مسئولین امر	تبلیغات، بازار یابی و اطلاع رسانی
P	نبود (کمبود) تبلیغات مناسب برای کانون های گردشگری و روستاهای هدف	
	سایر ...	
P	مشکل امنیت و عدم حضور نیروی انتظامی در تمامی مواقع (سلامت اجتماعی)	بهداشت و سلامت
E	جمع شدن زباله و عدم دفع بهداشتی مناسب آن در کانون های گردشگری و روستاهای هدف	

^۱ Categories

^۲ - جهت دسترسی به اطلاعات کامل به مقاله شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی (که در اینجا به دلیل طولانی شدن مقاله از ذکر آن خودداری شده است) مراجعه گردد.

	سایر ...	
E	معروف بودن سوغات استان و عدم شناخت آن در این استان(خصوصاً گز بلداجی)	سوغات و صنایع دستی
	سایر ...	

ادامه جدول ۲- شمای کلی نتایج حاصل از کد گذاری محوری (خلاصه شده)

کد مرتبط	خرده طبقات	طبقات گسترده
E	مردم از بی توجهی دولت در زمینه گردشگری بسیار شاکی هستند سایر ...	دولت و مقوله‌ی گردشگری
E	پایین بودن سطح آگاهی نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری اعم از دولتی و خصوصی سایر ...	منابع انسانی
E	عدم پژوهش و تحقیق های دانشگاهی و آکادمیک در ارتباط با گردشگری روستایی	برنامه ریزی، پژوهش و نظارت
P	مردم روستا خواهان همکاری جهت گسترش و توسعه گردشگری می باشند ولی تا به حال کسی از آنها در این مورد چیزی نخواستته و یا برنامه خاصی صورت نپذیرفته است. سایر ...	
E	حاکمیت نگاه قوم نگر و کوتاه نگر در برنامه ریزی ها سایر ...	تعصبات قومی-قبیله ای
P	شیب زیاد اراضی به دلیل کوهستانی بودن استان و هزینه بر بودن آن جهت اجرای طرح سایر ...	تغییرات اقلیمی
E	عدم حمایت مالی دهیارها سایر ...	عدم انگیزه مسولان محلی
P	مدیریت ضعیف در شهرداری ها و دهیاری ها سایر ...	درک صحیح از گردشگری

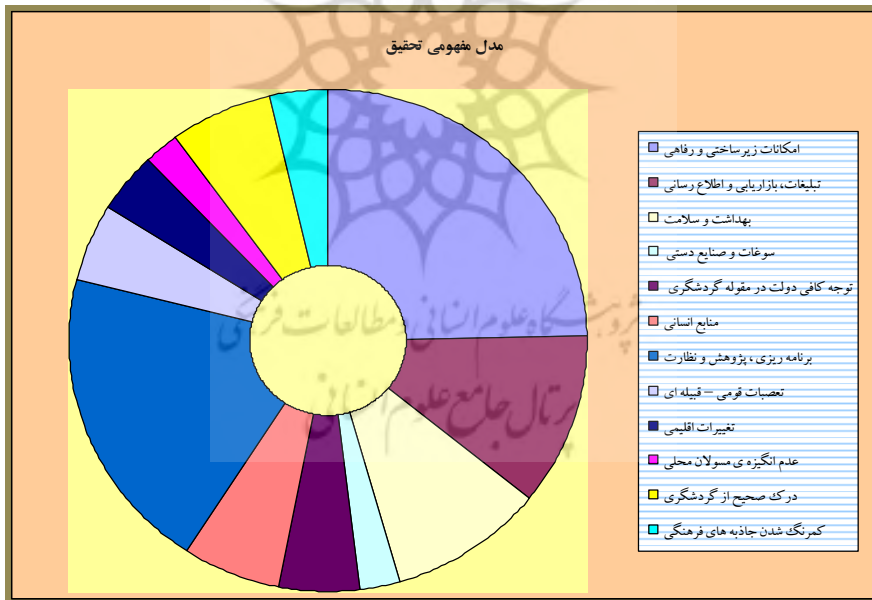
P	عدم شناخت هنرهای دستی و نبود مکانی برای ارائه این هنرها(هنرهای روستائیان و عشایر)	کمرنگ شدن جاذبه های فرهنگی
	سایر ...	

منبع: (کریمی دهکردی و کلانتری، ۱۳۹۰).

کد گذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی عبارت است از تلفیق و توأم کردن طبقات به وجود آمده برای شکل گیری اولیه چارچوب تحقیق (قبادی و پاپ زن، ۱۳۸۹). در این مرحله از تحقیق، جمله‌هایی را که قبلاً کدگذاری شده بودند، دوباره با هم ترکیب کرده تا رابطه‌ای قابل درک بین آنها پدید آید (و پس از آن نمودار مدل مفهومی ترسیم شد (شکل شماره ۱).

نکته مهم در این مرحله گرد هم آمدن کلیه طبقات و خرده طبقات حول یک محور عمده بود که زمینه مدل یا نظریه را فراهم می نماید. فعالیت عمده و اصلی این مرحله از تحقیق، ایجاد خط سیر داستان^۱ (قبادی به نقل از پاپ زن، ۱۳۸۹)، که همه‌ی طبقات را در بر می‌گیرد، می‌باشد، در ادامه مدل مفهومی تحقیق (پایه گذاری مدل) در شکل شماره یک آورده شده است.



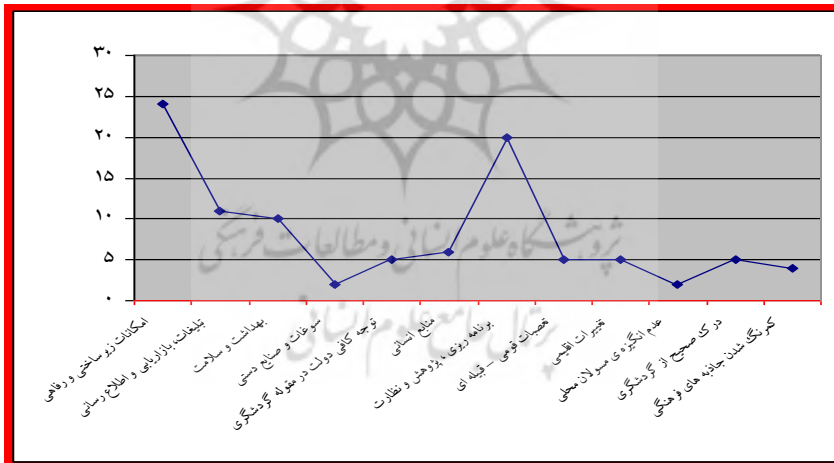
شکل شماره ۱: مدل مفهومی مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری

نمودار کلی مدل مفهومی تحقیق و سهم هر یک از مقوله ها

^۱ Story Line

پس از بررسی و تحلیل فیلم‌ها، مصاحبه‌ها، نوارها و دست نوشته‌های جمع آوری شده در این مرحله، در نهایت ۸۴ گویه به دست آمد که در مرحله‌ی بعد گویه‌های مذکور به ۱۲ صفحه گسترده با عناوین تبلیغات، بازار و بازاریابی، بهداشت و سلامت، سوغات و صنایع دستی، منابع انسانی، برنامه‌ریزی و پژوهش، تعصبات قومی و قبیله‌ای، تغییرات اقلیمی، عدم انگیزه مسولان، درک صحیح از مقوله گردشگری، کم رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی و امکانات زیرساختی و رفاهی به ترتیب با فراوانی های ۹، ۸، ۲، ۴، ۵، ۱۶، ۴، ۴، ۲، ۵، ۳ و ۲۰ گویه تقسیم‌بندی شد. به منظور ترسیم مدل (با توجه به تعداد فراوانی مدل‌ها)، هر یک از صفحات گسترده را با تعدا گویه‌های مربوط به آن در نرم افزار Excel وارد کرده و سپس با استفاده از این نرم افزار مدل مفهومی تحقیق (شکل شماره دو) ترسیم شد.

نمودار شماره یک، نشانگر درصد تخصیص یافته مرتبط با هر گویه بوده که بر اساس این مدل، مقوله امکانات زیرساختی و رفاهی با ۲۴ درصد، برنامه ریزی، پژوهش و نظارت با ۲۰ درصد، تبلیغات، راهنمایی و بازاریابی با ۱۱ درصد، بهداشت و سلامت با ۱۰ درصد، منابع انسانی با ۶ درصد، عدم توجه کافی دولت، تعصبات قومی و قبیله‌ای، تغییرات اقلیمی، عدم انگیزه مسولین محلی با ۵ درصد، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی با ۴ درصد و در نهایت مقوله سوغات و صنایع دستی با ۲ درصد کمترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند.



نمودار شماره یک: نمودار مفهومی مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری

از آنجا که عملیات میدانی این پژوهش در دوازده روستای هدف گردشگری و همچنین شش کانون شاخص گردشگری (شناسایی شده توسط اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان) صورت گرفت و هر کدام از کانون‌ها دارای شرایط ویژه‌ی مختص به خود هستند،

به منظور امکان بهره برداری کاربردی از نتایج حاصل از این مطالعه، با توجه به اطلاعات جمع آوری شده، مدل مفهومی تحقیق و همچنین نمودار مشخص شدن اولویت‌ها برای هر کانون گردشگری و یا روستای هدف به صورت جداگانه و با توجه به مدل‌های اصلی (شکل شماره یک و جدول شماره یک) صورت گرفت که در این مقاله مدل مفهومی مربوط به روستای هدف گردشگری دیمه (واقع در منطقه کوهرنگ) در ادامه خواهد آمد. لازم به ذکر است که قسمت‌های هاشور خورده‌ی مدل نشان از عدم قسمتی از مفاهیم و کدهای به دست آمده می‌باشد و قسمت‌های سفید رنگ مدل میدانی، نشان از وجود همه‌ی زیرطبقه‌ها در قسمت کدگذاری باز دارد. به زبان ساده‌تر اینکه مدل اصلی (شکل شماره ۱)، مدل کلی مشکلات گردشگری موجود در استان چهارمحال و بختیاری می‌باشد، که مدل روستای مورد مطالعه در این پژوهش (روستای دیمه) از آن استخراج گردیده است و این بدان معناست که بر اساس مدل مفهومی کلی، استان چهارمحال و بختیاری دارای مشکلات و محدودیت‌هایی به شرح محورهای زیر می‌باشد:

- امکانات زیرساختی و رفاهی
 - کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی
 - درک صحیح از گردشگری
 - عدم انگیزه مسولان محلی
 - تغییرات اقلیمی
 - تعصبات قومی و قبیله‌ای
 - برنامه ریزی، پژوهش و نظارت
 - منابع انسانی
 - دولت و مقوله گردشگری
 - سوغات و صنایع دستی
 - بهداشت سلامت
 - تبلیغات، بازاریابی و اطلاع رسانی
- که هر کدام از موارد فوق در حقیقت دارای زیر شاخه‌های مربوط به خود می‌باشند که در جدول شماره (۲) به صورت خلاصه آورده شده است.

در این پژوهش که هدف آن بررسی مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستای دیمه می‌باشد، بر اساس اطلاعات جمع آوری شده و تحلیل آنها، در نهایت مدل مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستای دیمه که مستخرج از مدل اصلی استان (شکل شماره ۱) می‌باشد، به شرح شکل شماره (۲) آورده شده است، که محورهای اصلی مشکلات و موانع روستای دیمه به شرح زیر می‌باشد:

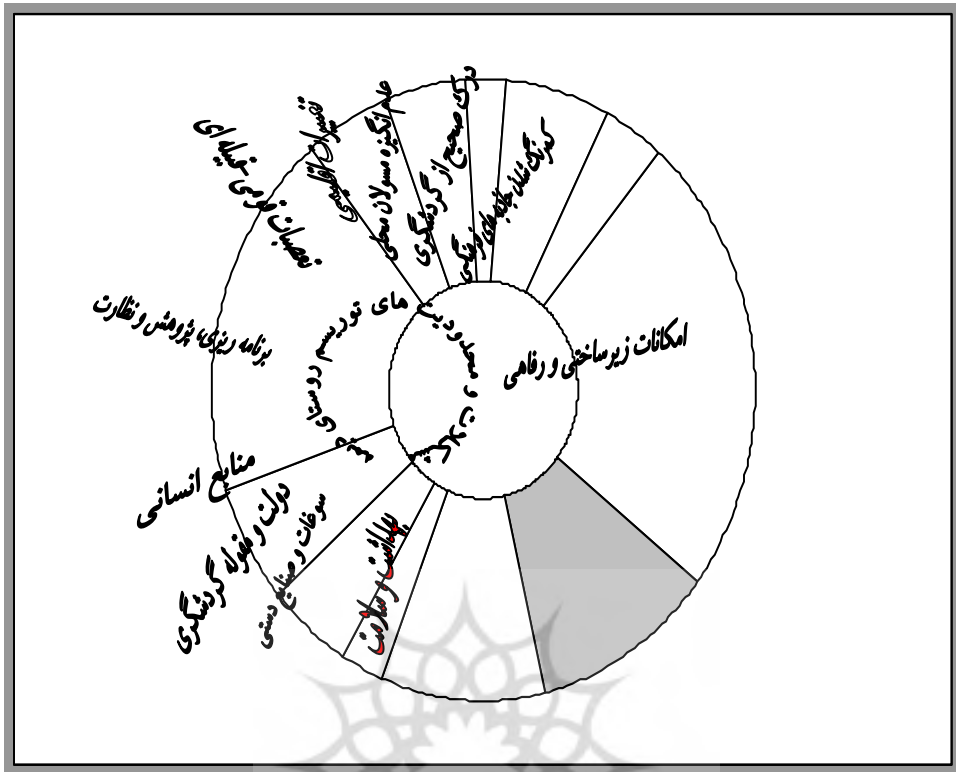
- امکانات زیرساختی و رفاهی

- کمرنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی
- درک صحیح از گردشگری
- عدم انگیزه مسولان محلی
- تغییرات اقلیمی
- تعصبات قومی و قبیله‌ای
- برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت
- منابع انسانی
- دولت و مقوله گردشگری
- سوغات و صنایع دستی
- بهداشت سلامت

اگر توجهی به محورهای روستای دیمه و محورهای کلی استان داشته باشیم، مشاهده می‌گردد که روستای دیمه دارای همه مشکلات موجود در مدل کلی استان به جز مشکل تبلیغات، بازاریابی و اطلاع رسانی می‌باشد، که با توجه به جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آنها، هر یک از محورهای روستای دیمه فراوانی مربوط به خود را داشته است که در قسمت بعدی پژوهش به آن اشاره شده است.

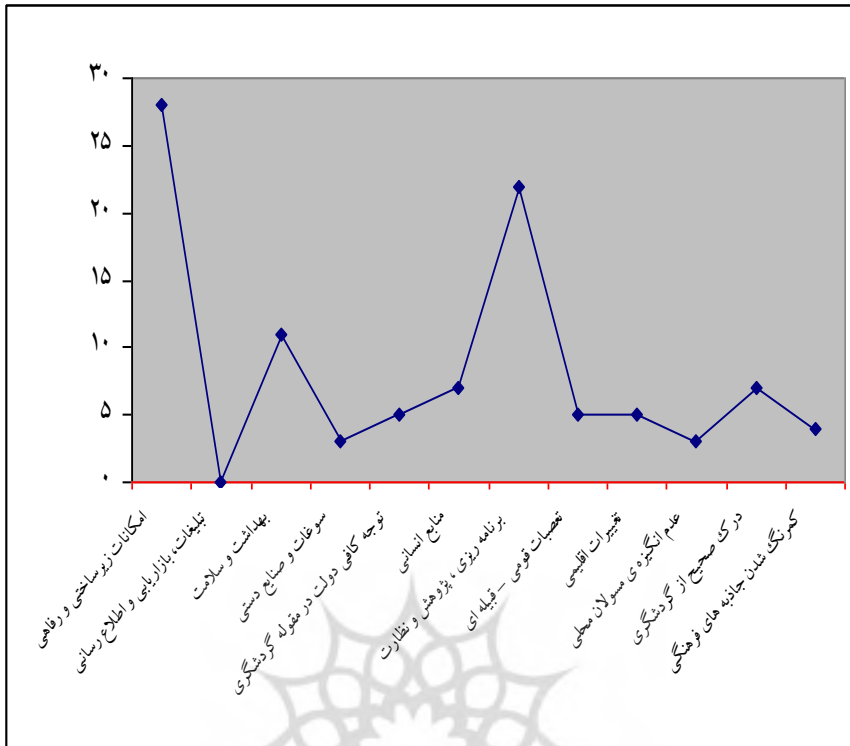
مدل مفهومی روستای دیمه از شهرستان کوه‌رنگ

روستای دیمه در ده کیلومتری شهر چلگرد، واقع در شهرستان کوه‌رنگ در استان چهارمحال و بختیاری بوده و در مجاورت چشمه بسیار زیبا و پرآب دیمه واقع شده است که این چشمه، سرچشمه اصلی زاینده رود می‌باشد. آب این چشمه از گواراترین آب‌های جهان دارای خواص درمانی فوق‌العاده است مناظر زیبا و سرسبز باچشم انداز طبیعی بی‌بدیل منطقه و فضا سازی اطراف چشمه مکانی مناسب برای گردشگران بوده و در این منطقه بسیار زیبا روستاها، باغ‌ها، چشم اندازها و مناظر بسیار چشم نوازی وجود دارد که روستای دیمه را در این منطقه به عنوان روستای هدف گردشگری انتخاب کرده است، همچنین این روستا به عنوان یکی از تجمع‌گاه‌های ایلات و عشایر بختیاری به شمار می‌آید که خود نیز، به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری می‌باشد. در ادامه به بررسی مدل استخراج شده این روستای هدف گردشگری و شناسایی اولویت‌های آن در حوزه تحقیق پرداخته می‌شود.



شکل شماره (۲). مدل مفهومی مشکلات روستای هدف دیمه

در روستای دیمه مشکلات و موانع به راحتی قابل ملموس بوده و موج خوردن آنها از زبان مسئولین، متخصصان، گردشگران، مردم روستا و دید محقق کاملاً واضح و معلوم بود، تمامی مشکلات، محدودیت‌ها و موانع، به جز تبلیغات که در مدل پایه (شکل شماره دو) وجود داشت، در مدل این روستای هدف گردشگری وجود دارد. بر اساس مدل به دست آمده این روستا، مقوله‌های امکانات زیرساختی و رفاهی با ۲۸ درصد، برنامه ریزی، پژوهش و نظارت با ۲۲ درصد، بهداشت و سلامت با ۱۱ درصد، منابع انسانی و درک صحیح از گردشگری هر دو با هفت درصد، تغییرات اقلیمی، عدم توجه کافی دولت و تعصبات قومی- قبیله‌ای هر سه با پنج درصد، کم رنگ شدن مقوله‌های فرهنگی با چهار درصد و در نهایت مقوله‌های سوغات و صنایع دستی و عدم انگیزه مسولین محلی هر دو با سه درصد به ترتیب بالاترین مشکلات و محدودیت‌های مربوط به این کانون را به خود اختصاص داده‌اند. به منظور روشن تر شدن این موضوع، نمودار شماره دو که مربوط به روستای دیمه می‌باشد در زیر آورده شده است.



نمودار شماره (۲): نمودار کلی مربوط به موانع و محدودیت‌های گردشگری روستای هدف گردشگری دیمه
 **در نمودار فوق، مقوله‌هایی با اندازه صفر، به معنای، صفر مطلق نبوده، بلکه هدف محقق از این نمودار، نشان دادن اهمیت کمتر این مقوله‌ها و پررنگ تر شدن سایر مقوله‌ها (با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده) می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های این پژوهش با استفاده از نظریه مبنایی به منظور استخراج مدل موانع گردشگری روستای هدف گردشگری دیمه از دیدگاه جوامع متعدد مورد کنکاش قرار گرفت. همانگونه که مشاهده شد، مدل مذکور دارای تمامی موانع (با مقادیر متفاوت نسبت به مدل پایه)، به جز مقوله تبلیغات و اطلاع‌رسانی می‌باشد.

به عبارت دیگر، علی‌رغم وجود جاذبه‌های فراوان در این منطقه و انتخاب آن به عنوان روستاهای هدف گردشگری و انجام تبلیغات گسترده برای معرفی آنها (تبلیغات اینترنتی، تلویزیونی و ...). برنامه‌ای مدون برای روستای مذکور جهت رفع موانع و افزایش کیفیت گردشگری روستا صورت نپذیرفته است و در نهایت با مراجعه گردشگر به این کانون گردشگری و پیشینه ذهنی از تبلیغات از این منطقه، گردشگر با فقدان امکانات مواجه می‌شود. این گونه موارد سبب افت گردشگری برای منطقه و استان خواهد بود.

استان چهارمحال و بختیاری از ظرفیت های بالای گردشگری به ویژه گردشگری طبیعی برخوردار است و با توجه به موقعیت قرار گیری و نزدیکی به مراکز بزرگ جمعیتی، می تواند به عنوان یکی از قطب های گردشگری کشور تجهیز شود. در این راستا تا کنون نسبت به تصویب ۱۵ منطقه نمونه در شهرستان های مختلف استان اقدام شده است.

مناطق نمونه گردشگری که از امتیاز کمتری برخوردار شده اند، هر چند دارای توان های بالقوه فراوانی هستند، اما با ضعف شدید زیر ساخت ها، فاصله از مراکز گردشگر فرست و سایر محدودیت ها روبه رو می باشند. این مناطق عمدتاً متقاضیان کمتری جهت سرمایه گذاری دارند. با توجه به این امر، از جمله سیاست های دولت برای این مناطق باید تامین زیرساخت های ضروری، دادن مشوق هایی همچون معافیت های مالیاتی، تسهیلات لازم، اجازه فروش و واگذاری برخی از کاربری ها و ... باشد.

بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهایی جهت رفع موانع روستای هدف گردشگری مورد مطالعه ارائه می گردد:

یکی از مشکلات حاصل از پژوهش در روستای دیمه، محور بهداشت و سلامت می باشد که در این خصوص استقرار اکیپ های اورژانس، کانکس های مربوط به کمک های اولیه، جمع آوری به موقع زباله، افزایش تعداد سطل های زباله به منظور کمتر کشیف شدن محیط زیست پیشنهاد می گردد.

استفاده از منابع انسانی آموزش دیده جهت کنترل، اداره و مدیریت بهتر این روستای هدف گردشگری با برگزاری کلاس های ترویجی با محوریت گردشگری و رفتارهای مناسب اجتماعی به منظور برخورد مناسب تر با گردشگران جهت افزایش رضایت گردشگران پیشنهاد می گردد.

امکانات زیرساختی و رفاهی کافی، نیز یکی از مشکلات موجود در روستای دیمه می باشد، حال از آنجایی که این روستا مورد توجه گردشگران از اقصی نقاط کشور قرار می گیرد و همچنین تبلیغات گسترده ای در مورد منطقه کوهرننگ به گوش رسیده است (تبلیغات بیش از امکانات)، لذا جمعیت کثیری این روستا را به عنوان مقصد گردشگری خود انتخاب می کنند و این خود یک پتانسیل بزرگ جهت افزایش درآمد و بهبود اوضاع اقتصادی ساکنان منطقه و نهایتاً یک گام موثر به سمت توسعه روستایی منطقه می باشد، حال اگر زیرساخت و امکانات رفاهی کافی برای گردشگران فراهم نگردد (اولین هدف گردشگر، لذت بردن از طبیعت و رفع خستگی های روزمره می باشد)، این امر می تواند به عنوان یک امتیاز منفی با وزن زیاد باشد، لذا افزایش و بهبود زیرساخت های موجود در این منطقه با تکیه بر مبانی پایداری پیشنهاد می گردد.

سوغات و صنایع دستی مردم این منطقه و فروش آن به صورت فله و یا بسته بندی شده می تواند یکی دیگر از منابع درآمدی برای ساکنین منطقه باشد، لذا توجه به این مهم نیز یکی از راهکارهای بهبود وضعیت مالی مردم منطقه می باشد، لذا برگزاری کلاس های ترویجی با محوریت بازاریابی و فروش محصولات و همچنین توجه کافی دولت به این مقوله بیش از پیش ضرورت می یابد که به

منظور استفاده از این پتانسیل ایجاد فروشگاه‌های موقت در روستای هدف دیمه جهت فروش مواد غذایی، لبنی و صنایع دستی پیشنهاد می‌گردد.

اما سایر پیشنهادهاى تحقیق بر اساس اولویت‌های وضع موجود به شرح زیر است:

- سرمایه‌گذاری مناسب در توسعه گردشگری روستایی جهت تسهیل دسترسی گردشگران روستایی به صنایع دستی و توسعه منابع انسانی جهت رفع کمبود نیروی متخصص؛
- تشکیل سمن‌های کوچک محلی می‌تواند کمک زیادی در تعامل بین جامعه میزبان و مهمان جهت پایداری گردشگری روستا و تقویت نقاط قوت و کاهش تضاد و اثرات منفی بین سه طرف درگیر با گردشگری (جامعه محلی، جامعه میزبان، محیط طبیعی روستا) نماید.
- تشکیل و تقویت انجمن‌ها و نهادهای غیردولتی فعال در زمینه گردشگری روستایی با نظارت مستقیم «مؤسسات گردشگری روستایی» در نقاط روستایی برخوردار از قابلیت‌های بیشتر و دارای موقعیتی مرکزی‌تر در سطح منطقه،
- قابلیت‌سنجی و تعریف توان‌های جدید گردشگری در محلّ به منظور سرمایه‌گذاری و جلب مشارکت بخش خصوصی؛
- ایجاد بازاری معتبر و ثابت جهت بازاریابی صنایع دستی روستاییان و افزایش سهولت دسترسی گردشگران روستایی به صنایع دستی تولید شده توسط روستاییان.

بدیهی است اگر دولت یک سیاست مشترک برای تمام مناطق نمونه گردشگری استان در پیش گیرد، مناطق برخوردار عمده‌تأ برخوردار تر شده و باعث قطبی شدن توسعه گردشگری در استان خواهد شد. همچنین مناطق نمونه با امتیاز پایین در حاشیه قرار گرفته و تنها در قالب عنوان مصوب باقی خواهند ماند و اقدام اجرایی خاصی برای این مناطق صورت نخواهد گرفت.

منابع

۱. ابراهیمی، علیرضا و محمدرضا خسروی (۱۳۸۴). عوامل مؤثر بر رشد و توسعه صنعت توریسم در استان مازندران، **مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران**، تهران: انتشارات رسانش.
۲. ادیب حاج باقری، محسن، و صصالی، مهوش (۱۳۸۲). **رهیافت ها و روش های تحقیق کیفی در توسعه ی روستایی**، نشر نی. تهران.
۳. پاپلی یزدی، محمد حسین. و سقایی، مهدی. (۱۳۹۰). **گردشگری: ماهیت و مفاهیم**، تهران: انتشارات سمت، چاپ ششم.
۴. تقوایی، مسعود و صفر آبادی اعظم. (۱۳۹۰). نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی- شهر کرمانشاه)، **مطالعات جغرافیایی مناطق خشک**، سال ۱، شماره ۴: ۳۵-۵۲.
۵. راجی، رضا (۱۳۷۴). **راهیابی به توسعه صنعت جهانگردی و ایرانگردی**، مرکز تحقیقات و مطالعات سیاحتی.
۶. رنجریان، بهرام (۱۳۷۹). **برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه ای**، اصفهان، جهاد دانشگاهی اصفهان.
۷. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۸۹). **مجموعه دستورالعمل، قوانین و مقررات. معاونت سرمایه گذاری و طرح ها**، دفتر مناطق نمونه گردشگری.
۸. سجادیان، مهیار؛ برفی، زهرا و قهرمانی، محمدمهدی (۱۳۹۳). تحلیل قابلیت استفاده جذابیت دامنه نوردی در گردشگری روستایی دهستان های شهرستان آمل با بهره گیری از AHP، روش GIS، Step Function. **فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی شهری چشم انداز زاگرس**، سال ۶، شماره ۲: ۷۵-۹۲.
۹. سجاسی قیداری، حمدالله، افتخاری، عبدالرضا رکن الدین، پورطاهری، مهدی. (۱۳۹۳). اولویت بندی سطح کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی، **مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی**، سال ۳، (۵)، بهار، صص ۲۷-۱۳.
۱۰. شاکری، عباس و فریدون سلیمی (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر جذب سرمایه گذاری در منطقه آزاد چابهار و اولویت بندی آنها با استفاده از تکنیک ریاضی AHP، **پژوهشنامه اقتصادی**، شماره ۲۰.
۱۱. شریف زاده، ابوالقاسم و همایون مرادی نژاد (۱۳۸۱). **توسعه ی پایدار و توریسم روستایی، ماهنامه ی اجتماعی/اقتصادی جهاد**، شماره ی ۲۵۱.
۱۲. صباغ کرمانی، مجید و سعید امیریان (۱۳۷۹). بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران (با استفاده از تحلیل داده- ستانده). **پژوهشنامه ی بازرگانی**، شماره ی پاییز.
۱۳. طهماسبی پاشا، جمعی و مجیدی، روفیا (۱۳۸۴). چشم انداز گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر و آثار آن بر توسعه ی شهرها و روستاهای منطقه (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن)، **مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه ی استان مازندران**، تهران: انتشارات رسانش.

۱۴. طیبی، سید کامیل، بابکی، روح اله و جباری، امیر (۱۳۸۶). بررسی رابطه‌ی توسعه‌ی گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۳۸-۱۳۸۸، *پژوهشنامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی ویژه‌ی اقتصاد*، سال ۷، شماره ۲۶: ۸۳-۱۱۰.

۱۵. فرجی سبکبار، حسنعلی؛ رضوانی، محمدرضا، بهنام مرشدی، حسن و روستا، حسین (۱۳۹۳). سطح‌بندی فضایی محورهای گردشگری استان فارس بر مبنای خدمات و تسهیلات گردشگری، *مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، دوره ۴۶، شماره ۳: ۵۸۶-۵۶۱.

۱۶. قدمی، مصطفی (۱۳۹۰). ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری (نمونه مورد مطالعه: کلان شهر مشهد)، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، سال ۳، شماره ۹: ۸۲-۵۹. ۱۷. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷). تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، *مجله جغرافیا و توسعه*، سال ۶، شماره ۱۲: ۸۱-۱۰۰.

۱۸. مطیعی لنگرودی، سیدحسن، دادورخانی، فضیله، رضائیه آزادی، مریم و شریفی، انور (۱۳۹۳). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: تفرجگاه بند ارومیه)، *مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، دوره ۴۶، شماره ۳: ۵۴۰-۵۲۳.

۱۹. منشی زاده، رحمت‌الله (۱۳۸۴). *اندرمقوله گردشگری*، تهران: انتشارات پیام مؤلف.

20. Akca, H. (2006). Assessment of rural tourism in turkey using SWOT analysis, *Journal of Applied Sciences*, 6(13): 2837-2839.
21. Adeyinka-Ojo, S.F., Khoo-Lattimore, C. and Nair, V. (2014). A framework for rural tourism destination management and marketing organizations, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 144: 151 – 163.
22. Buzinde, C., Kalavar, N., Jyotsna M. and Melubo, K. (2013). Tourism and community well-being: The case of the Maasai in Tanzania, *Annals of Tourism Research*, 44(2014): 20-35, <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.010>.
23. Caroline, W. (2009). Tourism, social, memory and the great war, *Annals of Tourism Research*, 36(4): 607-626.
24. Căruntu, A.L. and Dițoiu, M.C., (2014). The perceptions of hospitality services of a tourism destination, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 109: 231-235.
25. Chin, C.H.; Lo, M.C., Songan, P. and Nair, V. (2014). Rural tourism destination competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 144: 35 – 44.
26. Currie, C. and Falconer, P. (2013). Maintaining sustainable island destinations in Scotland: The role of the transport-tourism relationship, *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(3): 162-172, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.10.005>
27. Eveline, S., Leeuwen, V., Nijkamp, P. and Piet, R. (2015). A meta-analytic comparison of regional output multipliers at different spatial levels: Economic impacts of tourism, *In Advances in Tourism Economics*, A. Matitas et al (eds.), DOI: 10.1007/978-3-7908-2124-6, PP: 13-33.
28. Iorio. M. and Corsale, A. (2010). Rural tourism and livelihood strategies in Romania, *Journal of Rural Studies*, No.26: 152-162.

29. Nyaupane, G.P. (2011). Linkages among biodiversity, livelihood, and tourism, **Annals of Tourism Research**, 38(4): 1344-1366.
30. Hamilton, M. (2005). Climate change and international tourism: simulation study, **Global Environmental change**, No.15: 253-266.
31. Osman, Z. and Sentosa, I. (2013). Mediating effect of customer satisfaction on service quality and customer loyalty relationship in Malaysian rural tourism, **International Journal of Economics and Management Studies**, 2(1): 25-37.
32. Rajaratnam, S.D., Munikrishnan, U.T., Sharif, S.P. and Nair, V. (2014). Service quality and previous experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia: A partial least squares approach, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, No. 144: 203 – 211.
33. Stetic, S., Simicevic, D. and Stanic, S. (2011). The role of sustainable development in the management of rural tourism destinations, **VI Medunarodni naucni skup Zagubica**, 131-137.

