

شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی

مهدی کرمی دهکردی* - کارشناس ارشد توسعه روستایی، عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهرکرد

خلیل کلانتری - دانشیار دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۱۱/۶ پذیرش نهایی: ۱۳۹۰/۵/۲۶

چکیده

راهبردهای گذشته در زمینه توسعه نواحی، نتوانسته‌اند در حل مسائل و معضلات موجود در زمینه‌هایی چون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی، پایداری محیط زیست و نظایر اینها به گونه‌ای موفقیت‌آمیز عمل کنند. یکی از راهبردهایی که اخیراً در بیشتر کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری است. هدف این مقاله بررسی دیدگاه‌های متخصصان و آگاهان روستایی و جامعه گردشگران به منظور تدوین مدلی کاربردی برای رفع موانع و مشکلات گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری است. جامعه مورد مطالعه تحقیق شامل سه دسته آگاهان روستایی، گردشگران داخل استان و خارج از آن، و متخصصان میراث فرهنگی بوده‌اند. روش نمونه‌گیری نیز به صورتی کاملاً هدفمند - با استفاده از روش گلوله برفی - بوده است. پس از انجام مصاحبه‌های عمیق، مصاحبه متمرکز و همچنین مصاحبه ساختاریافته و نیمه ساختاریافته - و در نهایت رسیدن به اشباع تئوری - اطلاعات جمع‌آوری شدند و سپس در مراحل کدگذاری و تحلیل داده‌ها، روش تحلیل محتوا به کار رفت. نتایج حاصل از تحقیق حاضر نشان داد این استان با مشکلات زیرساختی، بازاریابی، بهداشت و سلامت، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح از گردشگری، فقدان انگیزه در مسئولان محلی، تعصبات قومی - قبیله‌ای، فقدان برنامه‌ریزی و همچنین پژوهش و نظارت، مشکلات مربوط به منابع انسانی، مشکلات گردشگری و مقوله دولت و مشکلات مربوط به صنایع دستی همراه است.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، تئوری بنیانی، مشکلات و موانع، چهارمحال و بختیاری.

مقدمه

گردشگری از مهم‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی و اقتصادی و فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد (کازه، ۱۳۸۱). به استناد تعاریف سازمان جهانی جهانگردی، پیش‌نیاز توسعه پایدار گردشگری، تلفیق و هماهنگی اهداف اقتصادی و زیست‌محیطی و نیز اجتماعی و فرهنگی است. این امر متضمن تأمین منافع درازمدت جامعه میزبان، گردشگران مهمان و حفاظت از منابع طبیعی و میراث فرهنگی است. از این نظر، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری در واقع فعالیتی فرابخشی است که به رویکردی جامع‌نگر و هماهنگی بخش‌های مختلف مرتبط نیاز دارد (مهدی حاجیلوئی و قدیری معصوم، ۱۳۸۷، ۲۲). در سال ۲۰۰۵ گردشگران و کسانی که به منظور گذراندن تعطیلات و تفریح به مسافرت رفتند ۶۰۴ میلیون نفر بودند و درآمد حاصل از آن (منهای هزینه حمل‌ونقل)، به بیش از ۸۰۰ میلیارد دلار رسید (Tourism Vision, 2020, 9). با توجه به پیش‌بینی سازمان جهانی جهانگردی در سال ۲۰۱۰ بیش از ۲۳۰ میلیون نفر از منطقه آسیا و اقیانوسیه دیدن می‌کنند (WTO, 2000). بر اساس تحقیقات مدهوشی و ناصرپور در سال ۱۳۸۲، اگر کشور ایران با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فراوان آن بتواند تنها ۵ درصد از این مسافران را جذب کند، درآمد ایران سر به ۱۲/۸ میلیارد دلار خواهد زد، و این مبلغ تقریباً برابر با درآمد حاصل از فروش نفت در طول یکسال است (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲، ۳۲)!

توجه به این نکته نیز اهمیت دارد که این ارقام بیانگر قدرت حاصل از درآمد منابع گردشگری و مقایسه آن با درآمد عظیم نفتی است، که این خود اهمیت بالایی کنکاش و مطالعه بیشتر در این زمینه را نشان می‌دهد. چه بسا چنین تصور شود که سال ۲۰۱۰ به پایان رسیده و تدوین برنامه در این حوزه بسیار درآمدزا (گردشگری) دشوار است؛ ولی بر اساس پیش‌بینی

۱- چنانچه به طور متوسط هر جهانگرد رقمی حدود ۱۲۰۰ دلار ارز در کشور هزینه کند (در مدت ۱۰ روز اقامت)، ورود هر جهانگرد به ایران معادل فروش ۶۰ تا ۷۰ بشکه نفت (با احتساب قیمت بین ۱۸ تا ۲۰ دلار برای هر بشکه نفت) درآمد ایجاد می‌کند. (سازمان برنامه‌ریزی و مدیریت لرستان، ۱۳۷۸، ۹۰).

سازمان جهانی گردشگری برای سال ۲۰۲۰، تعداد گردشگران به ۱۵۶۱ میلیون نفر خواهد رسید (Tourism Vision 2020, 9). آمارهای سازمان جهانی گردشگری گواهی می‌دهند که سالانه بیش از ۶۰۰ میلیون نفر از نقاط دیدنی کشورهای مختلف بازدید می‌کنند؛ اما در این بین سهم ایران با آن شهرت و آوازه تنها دو میلیون نفر است (WTO, 2008). شورای جهانی سفر و گردشگری در گزارش‌های خود که به بررسی تأثیرات اقتصادی توریسم در ۱۸۱ کشور جهان از جمله ایران تا سال ۲۰۲۰ پرداخته، وضعیت نامطلوبی را برای آینده گردشگری ایران پیش‌بینی کرده است (World Travel and Tourism Council, 2009). این در حالی است که در سال ۱۹۹۹ فقط نزدیک به ۱/۰۰۸ میلیون جهانگرد از ایران دیدن کرده‌اند و در این میان کمتر از ۱ درصد از جهانگردان ایران از استان چهارمحال و بختیاری- که در زمره استان‌های دارای قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فوق‌العاده زیاد است و ظرفیت‌های لازم را برای توسعه صنعت گردشگری در خود دارد- دیدن کرده‌اند^۱. بر اساس سند چشم‌انداز ۲۰ ساله گردشگری ایران باید ۲۰ میلیون گردشگر خارجی تا سال ۱۴۰۴ خورشیدی (۲۰۲۵ میلادی) داشته باشد. همچنین سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی می‌بایست از هفت‌صدم درصد در سال ۱۳۸۳ به خورشیدی دو درصد در سال ۱۴۰۴ برسد، به گونه‌ای که ایران در آن مقطع سالانه نزدیک به ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی درآمد کسب کرده باشد (برگرفته از سایت دوازده، ۱۳۹۰). در سال ۲۰۱۰ میلادی درآمد حاصل از گردشگر ورودی به ایران حدود ۲/۴ میلیارد دلار یا به عبارتی ۲/۵ درصد از کل صادرات ایران بوده است و طبق پیش‌بینی شورای جهانی سفر و گردشگری، این رقم در سال ۲۰۲۰ به حدود ۵/۱ میلیارد دلار می‌رسد که معادل ۲/۴ درصد کل صادرات ایران خواهد بود (WTO, 2011).

۱- اگر استان چهارمحال و بختیاری بتواند با برنامه‌ریزی صحیح تنها ۲ درصد (که میزانی بسیار پایین و دست‌یافتنی است) از درآمد این صنعت را جذب کند، مبلغی بیش از ۲۷۵ میلیون دلار به دست خواهد آمد که درآمدی است هنگفت و می‌تواند تأثیری بسیار شگرف در رشد اقتصادی استان و کل ناحیه بگذارد.

آمار و ارقام مذکور بس تأمل برانگیز می‌نماید و وظیفه مسئولان و پژوهشگران و کانون تمرکزشان می‌بایست کنکاش و مطالعه گسترده در این زمینه باشد تا بتوان سهمی جدی از جمعیت و درآمد حاصل از این حوزه را در ایران و منطقه پرپتانسیل چهارمحال و بختیاری به دست آورد. نیز از آنجا که گردشگری نوعی فعالیت اقتصادی (بونی‌فیس، ۱۳۸۰، ۱۶۳) و اجتماعی (Holden, 2000) است که میراث فرهنگی و طبیعی کشورها را خرید و فروش می‌کند (موحد، ۱۳۸۶) و سبب ایجاد اشتغال فراوان نیز می‌گردد (دیبایی، ۱۳۷۱)، ضرورت مطالعه و پژوهش در این زمینه نمودی بیش از پیش می‌یابد. صنعت گردشگری سومین پدیده اقتصادی پویا و در حال توسعه پس از صنایع نفت و خودرو به شمار می‌رود و سازمان توسعه و همکاری جهانی، این صنعت را پس از بانکداری، دومین بخش خدمات در تجارت بین‌المللی خوانده است (OECD, 2005). جمهوری اسلامی ایران، به تصدیق سازمان یونسکو، از نظر دارا بودن آثار تاریخی و فرهنگی در میان هشت کشور نخست جهان جای می‌گیرد و از منظر جاذبه‌های اکوتوریستی و تنوع اقلیمی جزو پنج کشور برتر دنیاست. با همه اینها در کشور ما موهبت الهی به نحو مناسبی برای منطقه، بهره‌برداری و سودآوری نشده است (زاهدی، ۱۳۸۷، ۵۶). مناطقی در کشور با وجود دارند که به لحاظ زیبایی و جاذبه‌های گردشگری در جایگاه بس رفیعی قرار گرفته‌اند. نیز در حالی که درآمد جهانی از گردشگری همه‌ساله به صدها میلیارد دلار می‌رسد، ایران که در زمره پراستعدادترین کشورها در این زمینه است. و جاذبه‌های فراوان طبیعی و تاریخی و فرهنگی آن زبانزد خاص و عام است، متأسفانه سهم بس ناچیزی از این سفره گسترده را از آن خویش ساخته است (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹).

گردشگری روستایی می‌تواند به مثابه یکی از گزینه‌های مناسب برای درآمدزایی و ایجاد شغل و تحولات و دگرگونی‌های مثبت در درآمدهای روستایی در نظر گرفته شود (Augustin, 1998, 3). توسعه گردشگری روستایی به عنوان بخشی ارزشمند و رشدیابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح است (ریچارد شارپلی، ۱۳۸۰، ۲۶۲) و گردشگری می‌تواند ابزاری برای توسعه مناطق روستایی (با جاذبه‌های خاص گردشگری به شمار آید. این صنعت می‌تواند به مثابه منبع مالی جدید وضعیت اقتصادی مردم محلی را بهبود بخشد و در زدودن فقر و محرومیت نقشی

تعیین‌کننده داشته باشد. (Breidenhann & Wickens, 2004; 76, Fossati & Panella, 2000;)
(32, Giaoutzi & Nijkamp, 2006; 9, Lee & Chang, 2008, 189

توسعه صنعت گردشگری می‌تواند عاملی مهم در رفع فقر رشد اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای مردم مناطق روستایی قلمداد شود (Sebele, 2010, 143). به بیان ساده‌تر، توسعه گردشگری و توسعه روستایی دو عامل مرتبط با یکدیگرند که توسعه هر کدامشان تأثیری مثبت بر دیگری دارد (Arntzen, Setlhogile and Barnes., 2007).

کم‌توجهی به جایگاه گردشگری را می‌توان حتی در بین محققان نیز مشاهده کرد. همین امر منجر به بی‌پاسخ ماندن پرسش‌های متعددی در این حیطه شده است. در استان چهارمحال و بختیاری تا کنون هیچ‌گونه تحقیقی در این زمینه انجام نگرفته است که بتواند بسترساز شناسایی و ارائه راه‌حل برای مشکلات مربوط به جذب گردشگران باشد. عمده‌ترین کانون تمرکز انجام تحقیقات که پرسش اساسی سازمان متولی امر را نیز تشکیل می‌دهد، این است که مشکلات و چالش‌های جدی و عمده کانون‌های گردشگری استان، که منجر به ناکامی آنها در جذب گردشگران شده است، چیست؟ پاسخگویی به این پرسش گامی در مسیر توسعه گردشگری استان چهارمحال و بختیاری خواهد بود. بدین ترتیب اطلاعات گردآوری شده از دید گروه‌های ذی‌نفع توسعه گردشگری استان (متخصصان، آگاهان روستایی و نظایر آنها) برای استخراج مدل کیفی مشکلات و موانع گردشگری استان چهارمحال و بختیاری امری ضروری است. ناگفته نماند که بررسی‌های متعددی در زمینه گردشگری و موانع آن در ایران و سایر نقاط جهان صورت گرفته است که در ادامه به بررسی آنها پرداخته می‌شود.

مروری بر نوشتارها و پژوهش‌های مرتبط

فواید گسترش و توسعه گردشگری را می‌توان چنین برشمرد: افزایش درآمد خانوارهای روستایی (Caslake, 1993) فروش محصولات کشاورزی (Jacobson and Robels, 1998)، تولید و فروش صنایع دستی و همچنین ایجاد فرصت‌های اشتغال برابر برای ساکنان روستایی (Mellgren 2007, Cater & Lowman 1994, Baumol & Oates 1997, Hardin 1998)

تشکیل و توزیع متعادل سرمایه‌های عمومی در جوامع روستایی و بهبود در پروژه‌های روستایی (Kamauro 1996, Vivanco 2002, Isaacs 2000, Milaren 1998)، همچنین افزایش میزان کار برای زنان (Woods 2000, Fleischer 2002, Elper-Wood 1998) و بهبود کیفیت زندگی و رضایت‌مندی روستایی (شهیدی اردستانی و گودرزی، ۱۳۸۸، ۱۰۳). شارپلی در تحقیق خود، تنوع اقتصاد محلی، ایجاد فرصت‌هایی برای فعالیت‌های چندگانه - و بدین وسیله جلوگیری از رکود موقت - را از مزایای گردشگری می‌داند (Sharply, 2006, 292). کدیور و سقایی (۱۳۸۶) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که در صورت عدم سازماندهی مناطق گردشگری، نه تنها پایداری محیط با خطر مواجه می‌شود بلکه امنیت اجتماعی آن مکان نیز دچار خدشه می‌شود (کدیور و سقایی، ۱۳۸۶). افزون بر اینها، نتایج پژوهش تقدیسی و دانشور عنبرانی (۱۳۸۶) نشان داد که اگر منطقه‌ای از لحاظ جاذبه غنی باشد، لیکن از جنبه امکانات رفاهی بدان توجه نشود، از نظر پذیرش گردشگر با شکست مواجه می‌شود (تقدیسی و دانشور عنبرانی، ۱۳۸۶، ۱۸۲) نتایج پژوهشی دیگر تعدد مراکز تصمیم‌گیری، ضعف بازاریابی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر را از جمله موانع صنعت گردشگری برشمرده است (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲، ۳۴).

همچنین، نتیجه پژوهش رستمی و محمدی یگانه (۱۳۸۸) گردشگری روستایی را راه‌حلی کلی برای رفع همه مشکلات نواحی روستایی نمی‌دانند، اما آن را یکی از شیوه‌هایی که پیامدهای اقتصادی عمده و پراهمیتی دارد و می‌تواند به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی کمک کند برشمرده‌اند (رستمی و محمدی یگانه، ۱۳۸۸). نتایج حاصل از مطالعه‌ای دیگر حاکی از آن است که روند کنونی بهره‌برداری از طبیعت، به‌رغم برخی از فعالیت‌ها و تمهیدات محدودکننده، فراتر از ظرفیت تحمل محیط است و بیم آسیب‌های جدی و نابودی توان‌های طبیعی و اقتصادی منطقه می‌رود (علیزاده، ۱۳۸۲). در تحقیقی دیگر تجلی برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری زیرساخت‌ها و تشویق بخش خصوصی، از عوامل مهم توسعه و پیشرفت گردشگری برشمرده شده است (تجلی، ۱۳۷۹). مافی و سقایی یکی از عوامل بسیار مهم سفر گردشگران به مناطق متعدد را علاوه بر داشتن جاذبه‌های طبیعی مطلوب، وجود

مسیر دسترسی و وسایل مناسب برای حمل‌ونقل می‌دانند (مافی و سقایی، ۱۳۸۷، ۳۱). نتایج تحقیق دهقان نشان داد که به دلیل مدیریت ضعیف و برنامه‌ریزی نادرست مسئولان، توجه چندانی به گردشگری نشده است و گردشگران از نظر مردم روستا افرادی غریبه، و بیگانه با آداب و رسوم و فرهنگ روستاییان‌اند (دهقان، ۱۳۸۷، ۶). ثبوتی (۱۳۸۵) در تحقیق خود تبلیغات و اطلاع‌رسانی، امکانات زیربنایی و ساختاری، آموزش مسئولان و کارگزاران و همچنین امنیت از مهم‌ترین عوامل مؤثر در امر گردشگری است (ثبوتی، ۱۳۷۵). Mitchell and Hall (2005) در نتایج تحقیق خود افزایش میزان آموزش نیروی انسانی، آموزش فعالیت‌های بازاریابی و همچنین فعالیت‌های اجتماعی را از عوامل مؤثر در افزایش سود بیشتر سازمان‌های گردشگری می‌دانند (Mitchell & Hall, 2005, 10).

Baum and Szivas (2008) and Hall and Jenkins (1995) نیز در نتایج پژوهش‌های خود، عدم توجه سازمان‌های مرتبط با صنعت توریسم به تحقیقات آکادمیک و دانشگاهی را جزو موانع اصلی در این خصوص برشمرده‌اند (Hall & Jenkins, 1995 and Baum & Szivas, 2008, 789).

شهیدی، اردستانی و گودرزی (۱۳۸۸، ۱۰۳) در پژوهش خود بر مکمل بودن فعالیت‌های گردشگری در کنار فعالیت‌های کشاورزی تأکید ورزیده‌اند. توکلی و هدایتی (۱۳۸۷) نیز در پژوهش موردی‌شان عدم سرمایه‌گذاری مناسب و کافی در بخش‌های زیربنایی، کمبود زیرساخت‌های گردشگری، ضعف شدید تبلیغات و اطلاع‌رسانی، فقدان نیروهای کارآموده و مسلط به زبان‌های خارجی و نبود تابلوهای راهنمایی و زبان لاتین را جزو کاستی‌های گردشگری برشمرده‌اند و موسایی در تحقیق خود عامل اصلی در عدم جذب گردشگر را احساس ناامنی دانسته است (موسایی، ۱۳۸۳).

کاولی به منظور ارزیابی افزوده محلی در حیطه گردشگری، طراحی مدل گردشگری روستا را عنوان می‌کند (Cawely & Gillmor, 2007). حال زمان طرح این پرسش فرا رسیده است که آیا در استان چهارمحال و بختیاری مطالعه‌ای در خصوص موانع و تنگناهای گردشگری صورت گرفته است یا نه. آیا مشکل کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف گردشگری از دیدگاه

متخصصان، مردم روستایی و مسئولان شهرستان‌های متعدد بررسی شده است؟ آیا مدلی برای مشکلات و موانع گردشگری استان چهارمحال و بختیاری 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 متخصصان^۱ مرتبط با بخش گردشگری، آگاه‌گران اصلی^۲ 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 تکنیک تئوری بنیانی استخراج کند.

روش‌شناسی تحقیق

در این مطالعه از روش "کیفی" بهره گرفته شده که روش منطقی و توأم با کل‌نگری است. در پژوهش‌های کیفی در دنیای امروز، علوم اجتماعی جایگاه و مرتبه ویژه‌ای دارد (ادیب حاج‌باقری و صلصالی، ۱۳۸۶). هدف از این پژوهش، دسترسی به تصویر روشنی از مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری (در قالب مدل مفهومی) بود، که به منظور دسترسی به آن از روش تئوری بنیانی^۳ استفاده شد. تئوری بنیانی از روش‌های تحقیق کیفی است که برای بررسی فرایندهای اجتماعی موجود در تعاملات انسانی به کار می‌رود. این روش که گلاسر و استراوس آن را شکل داده‌اند، ریشه در مکتب تفسیری تعامل‌گرایی سمبولیک دارد. این روش، نوعی تحقیق در عرصه است که پدیده‌ها را در موقعیت طبیعی‌شان مورد بررسی قرار می‌دهد و توصیف می‌کند (ادیب حاج‌باقری و صلصالی، ۱۳۸۶). محدوده تحقیق، روستاهای هدف گردشگری و همچنین کانون‌های گردشگری معرفی‌شده از سوی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری بوده است (جدول ۱).

1 - Tourism Expert
2 - Key Informant
3 - Grounded Theory

جدول ۱. مشخصات روستاهای هدف و کانون‌های گردشگری مورد مطالعه

ردیف	نام روستای هدف	نوع جاذبه گردشگری	نام شهرستان
۱	هوره	طبیعی	شهرکرد
۲	یاسه چای	طبیعی	شهرکرد
۳	چلیوان	طبیعی	شهرکرد
۴	سوادجان	طبیعی	شهرکرد
۵	دستگرد امامزاده	تاریخی	کیار
۶	دزک	تاریخی	کیار
۷	دیمه	طبیعی	کوه‌رنگ
۸	شیخ علیخان	طبیعی	کوه‌رنگ
۹	سرآقاسید	مذهبی - طبیعی	کوه‌رنگ
۱۰	آورگان	طبیعی	بروجن
۱۱	ده چشمه	طبیعی-تاریخی	فارسان
۱۲	آتشگاه	طبیعی	لردگان
۱۳	پل زمانخان	طبیعی-تاریخی	شهرکرد
۱۴	سد زاینده‌رود	طبیعی	شهرکرد
۱۵	گرداب بن	طبیعی	شهرکرد
۱۶	حمزه علی	مذهبی - طبیعی	بروجن
۱۷	تالاب چغاخور	طبیعی	بروجن
۱۸	سیاسرد	طبیعی	بروجن

منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان چهارمحال و بختیاری

جامعه مورد مطالعه در این تحقیق، شامل اینهاست:

- آگاه‌گران اصلی روستاهای مذکور که با استفاده از روش گلوله برفی^۱ انتخاب شدند و با مصاحبه‌های عمیق اطلاعات کاملی از افراد مذکور به دست آمد. این مصاحبه‌ها با هر یک از افراد مطلع روستاها تا نقطه اشباع تئوریک^۲ - یعنی نقطه‌ای که دوباره همان افراد معرفی می‌شدند - ادامه داشت.

1 - Snow Ball

2 - Theoritical Saturation

- دسته دوم، متخصصان گردشگری (در سازمان میراث فرهنگی استان چهارمحال و بختیاری) مسئولان کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف از جمله دهیارهای روستاهای هدف، بخشدارها، فرمانداران شهرستان‌ها و شهرداران شهرها بودند.^۱

- دسته سوم، شامل گردشگران داخل استان و خارج از آن بودند، که در کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف حضور داشتند، که برای هر کانون به صورت جداگانه با مصاحبه‌های عمیق و تا دسترسی به نقطه اشباع تئوریک ادامه می‌یافت.^۲

به منظور شناسایی جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، محقق ضمن مطالعات اولیه و پرس‌وجو در مورد متخصصان، به شناسایی آگاه‌گران اصلی و مطلع پرداخت. روش نمونه‌گیری به‌شکلی کاملاً هدفمند و با استفاده از تکنیک گلوله برفی صورت گرفت. به منظور جمع‌آوری اطلاعات، از مصاحبه‌های عمیق^۳، و همچنین مصاحبه‌های متمرکز^۴ و مشاهده مستقیم^۵، نوارهای ویدیویی ضبط‌شده و عکس‌ها استفاده شد.

پس از جمع‌آوری اطلاعات، مطابق با تمامی پژوهش‌های کیفی، داده‌های جمع‌آوری شده از طریق تحلیل محتوایی مورد واکاوی قرار گرفتند و طی مراحل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی طبقه‌بندی گردیدند. در کدگذاری باز به هر یک از مشکلات مطرح‌شده از سوی نمونه‌ها یک کد داده شده 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 مقایسه شد، و در نهایت در کدگذاری انتخابی نوعی طبقه‌بندی کلی برای تمامی داده‌ها به دست آمد و از این طریق مدل مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری استخراج گردید.

۱- متخصصان و مسئولان مذکور، به دعوت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان در جلسات مربوط به شناسایی مشکلات و موانع گردشگری استان شرکت کردند.

۲- به منظور معتبر بودن اطلاعات، جمع‌آوری اطلاعات از گردشگران در کانون‌ها و روستاهای هدف، در طی سه مرحله در ماه‌های متعدد تا رسیدن به اشباع تئوری در هر مرحله جداگانه صورت گرفت.

3 - Deep Interview

4 - Focus Group

5 - Direct Observation

یافته‌ها و بحث

در ادامه این بخش از تحقیق پس از جمع‌آوری اطلاعات از جامعه مورد مطالعه، به بررسی و تحلیل نوارهای ویدیویی ضبط‌شده و نیز مصاحبه‌ها و عکس‌ها و دست‌نوشته‌ها پرداخته شد. پس از چندین بار مرور، موارد مشابه، نکات اضافه و زائد و بدون ارتباط با موضوع تحقیق حذف شدند و گویه‌های تعیین‌کننده و اصلی کد و مفاهیم - که لیست آنها در جدول ۲ درج شده است - به دست آمد.

کدگذاری باز

در این مرحله، محقق با به کارگیری سیستم کدگذاری باز، داده‌ها را به خط تحلیل کرد و فرایندهای آن را تشخیص داد آن‌گاه به هر جمله، جداگانه یک کد داده شد. در پژوهش حاضر برای انجام کدگذاری باز، جملات اصلی استخراج شدند و به هر کدام کدهایی با علامت P و E داده شد، که نتایج حاصل از آن در جدول ۲ درج گردیده است. کدهای P، به دیدگاه‌های مردم روستا و گردشگران مربوط می‌شود و کدهای دیدگاه‌های متخصصان را دربرمی‌گیرد.

جدول ۲. مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

کد مورد نظر	گویه‌های استخراج شده	ردیف
P 01	فقدان - یا کمبود- تابلوهای راهنما در جاده‌های دسترسی و مراکز جمعیتی برای کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	۱
P 02	فقدان پارکینگ مناسب برای خودروها و یا وضعیت بسیار نامناسب پارکینگ‌ها	۲
P 03	بی‌توجهی به دیدگاه‌های مردم روستا در خصوص ارائه طرح‌ها به ادارات و سازمان‌ها (هرکس یک بار مراجعه کند، پشیمان می‌شود).	۳
P 04	اگر این روستاها یا مناطق به عنوان کانون‌های گردشگری انتخاب شوند و بودجه‌ای به آنها اختصاص یابد، باید پیشرفت و توسعه‌ای نیز در قبال این بودجه صورت پذیرد؛ ولی چنین توسعه‌ای رخ نمی‌دهد.	۴
P 05	مشکل امنیت و عدم حضور نیروی انتظامی در تمامی مواقع (سلامت اجتماعی)	۵
P 06	عدم حمایت از سرمایه‌گذاران محلی	۶
P 07	کمبود فضا برای استراحت شبانه مسافران و نبود جاذبه‌های استیجاری در روستاها	۷

ردیف	گویه‌های استخراج شده	کد مورد نظر
۸	پر شدن چشمه روستا و یا کانون‌های گردشگری از اشغال و تمیز نکردن آن	P 08
۹	دریافت پول زور از گردشگران در روستاهای هدف و یا کانون‌های گردشگری	P 09
۱۰	عدم شناخت هنرهای دستی روستاییان و عشایر، و نبود مکانی برای ارائه این هنرها	P 10
۱۱	عدم پوشش کامل شبکه مخابراتی (موبایل برای خطوط ایرانسل و همراه اول)	P 11
۱۲	فقدان نیروی کافی و آموزش‌دیده در برخورد مناسب در بخش خدماتی و نظافتی با گردشگران، و عدم نظارت بر آن‌ها	P 12
۱۳	نبودن یا کمبود بازارچه گردشگری در کانون‌های مستعد آن	P 13
۱۴	شاکتی بودن مردم از بی‌توجهی دولت در زمینه گردشگری	P 14
۱۵	تغییر پوشش و ظواهر و به طور کلی تغییر فرهنگ مردم محلی	P 15
۱۶	مشکل برق و روشنایی در کانون‌های گردشگری	P 16
۱۷	فقدان مراکز بهداشتی در روستاهای هدف و کانون‌های گردشگری	P 17
۱۸	به فراموشی سپردن معماری سنتی و هنرهای دستی و قدیمی روستا	P 18
۱۹	مناسب نبودن جاده‌های دسترسی به کانون‌های گردشگری	P 19
۲۰	کمبود اعتبارات دولتی در زمینه گردشگری	P 20
۲۱	آسفالت نبودن روستاها و همسایگی با خاک؛ به گونه‌ای که با وزش باد تمام زندگی روستاییان و کانون گردشگران پر از خاک می‌شود.	P 21
۲۲	هجوم مسافران به باغ‌ها و مزارع روستاییان و تخریب آنها بر اثر کمبود سکوهای اسکان برای گردشگران	P 22
۲۳	عدم توجه به صنایع دستی منطقه	P 23
۲۴	پراکندگی بوی تعفن ناشی از فضولات حیوانی، و آزاردهندگی آن برای مسافران	P 24
۲۵	دسترسی نداشتن به آب آشامیدنی و فقدان آب لوله‌کشی شده برای آشامیدن، در کانون‌های گردشگری	P 25
۲۶	نبودن یا کمبود متولی و مسئول برای سرویس‌های بهداشتی در کانون‌های گردشگری	P 26
۲۷	شیب زیاد اراضی به دلیل کوهستانی بودن استان و هزینه‌بر بودن اجرای طرح در آن	P 30
۲۸	پراکندگی گردشگران به دلیل متمرکز نبودن کانون و یا کمبود سکوهای مناسب برای نشستن	P 31
۲۹	با وجود آب فراوان در استان چهارمحال و بختیاری، آب سرویس‌های بهداشتی در دیمه با تانکر تهیه می‌گردد.	P 32
۳۰	پایین بودن سطح آگاهی نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری، اعم از دولتی و خصوصی	P 33
۳۱	قصور دیگر ارگان‌ها و سازمان‌ها-افزون بر سازمان میراث فرهنگی- در مشارکت	P 34
۳۲	عدم احداث فضای سبز در کانون‌های مستعد، به منظور زیباسازی و جلوگیری از گرد و خاک	P 35

ردیف	گویه‌های استخراج شده	کد مورد نظر
۳۳	مردم روستا خواهان همکاری برای گسترش و توسعه گردشگری هستند ولی زمینه مشارکت وجود ندارد.	P 36
۳۴	وجود سرما و یخبندان در بخش عمده‌ای از سال	P 37
۳۵	کمبود نقشه‌ها و بروشورهای راهنما و توزیع آن در بین گردشگران	P 38
۳۶	همکاری نکردن مسئولان شهرستان‌ها در زمینه گردشگری	P 39
۳۷	به‌رغم جاذبه‌های بسیار زیاد در کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف، جاذبه‌ها به درستی معرفی نشده‌اند	P 40
۳۸	نظرخواهی نکردن از مردم در اجرای طرح‌های هادی و یا دیگر طرح‌ها	P 41
۳۹	نبود یا کمبود تبلیغات مناسب برای کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	P 42
۴۰	نبود تابلوهای معرفی روستاهای هدف و یا کانون‌ها در بدو ورود گردشگران به آنها (این به گونه‌ای است که برخی از گردشگران این منطقه را جزو استان اصفهان تصور می‌کنند)	P 43
۴۱	عدم مشارکت زنان در طرح‌های گردشگری	P 44
۴۲	شلوغ بودن باغ‌ها و کانون‌ها در فصل تابستان (برنامه‌ریزی برای فصول سرد سال صورت نگرفته است)	P 45
۴۳	محدودیت‌های اجتماعی زنان و دختران، به گونه‌ای که آنان با حضور گردشگران، نمی‌توانند به بیرون از خانه پای نهند.	P 46
۴۴	کمبود درآمد مردم روستا و عدم برنامه‌ریزی و ایجاد اشتغال از طریق صنعت گردشگری	P 47
۴۵	مدیریت ضعیف در شهرداری‌ها و دهیاری‌ها	P 48
۴۶	حضور نداشتن برنامه‌ریزان در میان اعضای شوراهای دهیاری‌ها، به رغم نیاز و ضرورت حضورشان	P 49
۴۷	نبود برنامه‌ریزی بلندمدت	P 50
۴۸	عدم مشارکت مردم به دلیل فقدان راهکارهای علمی و عدم استفاده از متخصصان	P 51
۴۹	عدم توجه به پتانسیل‌های دیگر مناطق گردشگری	P 52
۵۰	اجرای طرح و عدم نظارت بر آن و در نتیجه نیمه‌کاره ماندن - و یا به تعویق افتادن - بسیاری از آنها	E 1
۵۱	ورودی نپر داختن مردم محلی منطقه برای ورود به کانون‌های گردشگری	E 2
۵۲	محصور نبودن، فنس‌کشی و دیوارکشی در کانون‌های گردشگری	E 3
۵۳	عدم حمایت مالی دهیاری‌ها	E 4
۵۴	عدم پژوهش و تحقیق‌های دانشگاهی و آکادمیک در زمینه گردشگری روستایی	E 5
۵۵	فقدان آموزش در حوزه‌های مختلف گردشگری	E 6
۵۶	ارائه نکردن خدمات اولیه در قبال قبض‌های ورودی بی‌مورد	E 7

ردیف	گویه‌های استخراج شده	کد مورد نظر
۵۷	اشل‌بندی یا درجه‌بندی‌نشدن کانون‌های گردشگری با استفاده از استانداردهای جهانی (ISO)	E 8
۵۸	عدم توجه به مقوله خصوصی‌سازی و برنامه‌ریزی بدین منظور	E 9
۵۹	حاکمیت نگاه قوم‌نگر و کوتاه‌نگر در برنامه‌ریزی‌ها	E 10
۶۰	ناشناخته ماندن سوغات استان، به رغم معروفیت آن در این استان (به‌ویژه گز بلداجی)	E 11
۶۱	آشنا نبودن روستاییان منطقه با درآمد حاصل از گردشگری	E 12
۶۲	جمع شدن زباله و عدم دفع بهداشتی مناسب آن در کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	E 13
۶۳	تنها ماندن سازمان میراث فرهنگی و همکاری نکردن دیگر نهادها در پاره‌ای از موارد (موزه فارسان)	E 14
۶۴	فقدان برنامه یا طرح پیشنهادی دقیق برای مدیریت کانون (از هزینه‌ها، درآمدها، توسعه و جز اینها)	E 16
۶۵	کمبود اعتبارات دولتی در زمینه گردشگری	E 17
۶۶	نبود بسته‌بندی مناسب برای مصنوعات صنایع دستی و در نهایت تبلیغ از طریق آنها	E 18
۶۷	فقدان مکانی برای پخت‌وپز و ارائه غذاهای سنتی	E 19
۶۸	فقدان مطالعه کاربردی برای انتخاب کانونی به عنوان کانون مستعد گردشگری در منطقه	E 20
۶۹	خیانت به مردم روستا و گردشگران، با تبلیغات اشتباه (در اثر نبود امکانات)	E 21
۷۰	نبود یا کمبود شناخت دقیق حدود یا مرزهای بازار گردشگری استان از سوی مسئولان	E 22
۷۱	مشکل تملک در ارائه زمین‌ها	E 23
۷۲	توقف روند توسعه در کانون‌های گردشگری	E 25
۷۳	فقدان آراستگی شهری در شهرها، روستاهای هدف و ورودی‌ها در کانون‌های گردشگری	E 27
۷۴	به هم خوردن چهره زیبای روستا و یا کانون‌های گردشگری با اجرای طرح‌های نامناسب و ناموزون (عدم توجه به مبانی پایداری و توسعه پایدار)	E 28
۷۵	وجود سنگ‌چینی نامناسب در راهروها و فقدان زیرساخت‌های اصولی	E 29
۷۶	نبود سرویس بهداشتی تمیز و مرتب	E 30
۷۷	خاکی بودن کل مجموعه و به‌تبع آن - گل شدن مجموعه بر اثر شست‌وشو	E 31

E = Expert

P = People

منبع: یافته‌های تحقیق

کدگذاری محوری^۱

در کدگذاری محوری، داده‌ها در فرایندی مستمر با یکدیگر مقایسه می‌شوند تا بعد از کدگذاری نیز پیوند بین مقوله‌ها مشخص شود (دانایی فرد، ۱۳۸۴). در کدگذاری محوری، طبقات^۲ تشکیل شده توسعه می‌یابند و هر طبقه خود زیرطبقه‌هایی را دربرمی‌گیرد و ارتباط هر یک از آنها نیز مشخص می‌شود (قبادی پژوهشگران به نقل از پاپ‌زن، ۱۳۸۲). لازمه مرحله کدگذاری محوری، مقایسه دائمی داده‌هاست. پژوهشگران داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه می‌کنند و آنها را به صورت خوشه‌هایی که با هم تناسب دارند درمی‌آورند و کدهای مشابه را در یک طبقه قرار می‌دهند (ادیب حاج‌باقری و صلصالی، ۱۳۸۶). در این مرحله، کدهای حاصل از تحلیل و آن دسته از کدهایی که موضوع مشترک دارند در قالب مفاهیم جدید گروه‌بندی شدند. به عبارت دیگر، در این مرحله طبقه‌هایی گسترده به دست آید که هر یک از آنها دارای خرده‌طبقاتی است، و نتایج آن در جدول ۳ درج شده است.

جدول ۳. نتایج حاصل از کدگذاری محوری

کد مرتبط	خرده‌طبقات	طبقات گسترده
P	مناسب نبودن جاده‌های دسترسی به کانون‌های گردشگری	فقدان یا کمبود امکانات زیرساختی
E	فقدان آراستگی شهری در شهرها، روستاهای هدف و ورودی‌ها در کانون‌های گردشگری	
P	کمبود فضا برای اقامت شبانه‌روزی مسافران و نبود خانه‌های استیجاری در روستاها	
E	فقدان یا توقف روند توسعه در کانون‌های گردشگری	
P	نبودن یا کمبود- بازارچه گردشگری در کانون‌های گردشگری مستعد	
E	مشکل تملک در ارائه زمین‌ها	
E	فقدان حصارکشی (یا فنس و دیوار و نظایر اینها) در کانون‌های گردشگری	
P	مشکل برق و روشنایی در کانون‌های گردشگری	
P	عدم احداث فضای سبز در کانون‌های مستعد، به منظور زیباسازی و جلوگیری از پراکنش گردوخاک	

1 - Axial Coding

2 - Categories

کد مرتبط	خرده طبقات	طبقات گسترده
P	عدم پوشش کامل شبکه مخابراتی (موبایل برای خطوط ایرانسل و همراه اول)	
E	سنگ چینی نامناسب راهروها و فقدان زیرساخت اصولی (وجود زیرساخت غیراصولی)	
E	خاکی بودن کل مجموعه و - به تبع آن- گل شدن مجموعه بر اثر شست و شو	
P	پراکندگی گردشگران به دلیل متمرکز نبودن کانون و یا کمبود سکوهای مناسب برای نشستن	
P	آسفالته نبودن روستاها و همسایگی آنها با خاک، به گونه‌ای که وزش کوچک‌ترین باد، موجب خاک‌آلود شدن زندگی روستاییان و آزار آنان (و گردشگران) می‌شود	
E	به هم خوردن چهره زیبای روستا و یا کانون‌های گردشگری با اجرای طرح‌های نامناسب و ناموزون (بی‌توجهی به مبانی پایداری و توسعه پایدار)	
P	هجوم مسافران به باغ‌ها و مزارع روستاییان و تخریب آنها به دلیل فقدان یا کمبود سکوهای اسکان برای گردشگران	
P	نبود پارکینگ مناسب برای خودروها	
E	نبود سرویس بهداشتی تمیز و مرتب	
E	ناآشنایی (یا آگاهی اندک) مسئولان از حدود و مرزهای بازار گردشگری استان	تبلیغات، بازاریابی و اطلاع رسانی
P	فقدان یا کمبود تبلیغات مناسب برای کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	
P	کمبود تابلوهای راهنما در جاده‌های دسترسی و مراکز جمعیتی برای کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	
P	فقدان تابلوهای معرفی روستاهای هدف و یا کانون‌ها در بدو ورود گردشگران به آنها (این گونه‌ای است که برخی از گردشگران، این منطقه را جزو استان اصفهان می‌پندارند)	
E	خیانت به روستاییان و گردشگران، با تبلیغات اشتباه (بر اثر نبود امکانات)	
P	معرفی نشدن دقیق و مناسب جاذبه‌های منطقه، با وجود فراوانی آنها در کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	
E	نبود بسته‌بندی مناسب برای مصنوعات صنایع دستی و در نهایت، تبلیغ از طریق آنها	
P	کمبود نقشه‌ها و بروشورهای راهنما و توزیع آن در بین گردشگران	
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 کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	
P	نبود مراکز بهداشتی در روستاهای هدف و کانون‌های گردشگری	

کد مرتبط	خرده‌طبقات	طبقات گسترده
P	فقدان آب آشامیدنی سالم و لوله‌کشی شده در کانون‌های گردشگری	
P	تهیه آب سرویس‌های بهداشتی از طریق تانکر، با وجود آب فراوان در استان	
P	غفلت از پاکیزگی چشمه روستا و یا کانون‌های گردشگری، در نتیجه پرشدن آنها از زباله	
E	فقدان مکانی برای پخت‌وپز و ارائه بهداشتی غذاهای سنتی	
P	پراکندگی بوی تعفن فضولات حیوانی، که موجب آزار مردم (و از جمله گردشگران) می‌شود.	
E	ناشناس ماندن سوغات استان، به‌رغم شهرت آن در حیطه این استان (به‌ویژه گز بلداجی)	سوغات و صنایع دستی
P	عدم توجه به صنایع دستی منطقه	
E	شکایت مردم از بی‌توجهی دولت به گردشگری	دولت و مقوله گردشگری
E	کمبود اعتبارات دولتی در زمینه گردشگری	
E	بی‌توجهی به دیدگاه‌ها و نظر مردم روستا در خصوص ارائه طرح‌ها به ادارات و سازمان‌ها (پشیمان شدن پس از حتی یک بار مراجعه)	
E	تنها ماندن سازمان میراث فرهنگی به خاطر مشارکت نکردن دیگر ارگان‌ها و سازمان‌ها	
E	پایین بودن سطح آگاهی نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری، اعم از دولتی و خصوصی	منابع انسانی
E	نبود نیروی کافی و آموزش‌دیده در برخورد مناسب در بخش خدماتی و نظافتی با گردشگران و نظارت نکردن بر آنها	
P	همکاری نکردن برخی از نهادها به رغم گام برداشتن سازمان میراث فرهنگی در پاره‌ای از موارد (همچون موزه فارسان)	
E	کمبود یا فقدان متولی و مسئول برای دستشویی‌ها و توالت‌ها در کانون‌های گردشگری	
E	همکاری نکردن مسئولان شهرستان‌ها در زمینه گردشگری	
E	کمبود یا فقدان پژوهش‌ها یا تحقیق‌های دانشگاهی و آکادمیک در زمینه گردشگری روستایی	برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت
P	فقدان برنامه یا واکنش مناسب به رغم آنکه مردم روستا خواهان همکاری برای توسعه و گسترش گردشگری هستند	

کد مرتب	خرده طبقات	طبقات گسترده
E	فقدان مطالعه کاربردی برای انتخاب کانونی به عنوان کانون مستعد گردشگری در منطقه	
E	نبود برنامه یا طرح پیشنهادی دقیق برای مدیریت کانون (از هزینه‌ها، درآمدها، توسعه و نظایر اینها)	
P	عدم مشارکت مردم به دلیل نبود راهکارهای علمی و بهره نرفتن از متخصصان	
E	اشتبندی یا درجه‌بندی نشدن کانون‌های گردشگری با استانداردهای جهانی (ISO)	
P	فقدان برنامه‌ریز در میان اعضای شوراها و دهیاری‌ها، به رغم نیاز و ضرورت وجودشان	
E	نبود سیاست‌گذاری‌های دقیق و مرتبط با حوزه‌های گردشگری	
P	عدم توجه به پتانسیل‌های دیگر مناطق گردشگری	
P	مشاهده نشدن توسعه؛ و این در حالی است که اگر این روستاها یا مناطق به عنوان کانون‌های گردشگری انتخاب شده‌اند و بودجه‌ای به آنها تعلق می‌گیرد، باید پیشرفت و توسعه را به دنبال داشته باشد.	
P	نظرخواهی نکردن از مردم در اجرای طرح‌های هادی و دیگر طرح‌ها	
P	اجرای طرح و عدم نظارت بر آن در نهایت نیمه‌کاره ماندن و یا به تعویق افتادن بسیاری از آنها	
P	فقدان برنامه‌ریزی بلندمدت	
E	فقدان آموزش در حوزه‌های مختلف گردشگری	
E	بی‌توجهی به مقوله خصوصی‌سازی و برنامه‌ریزی بدین منظور	
P	ناچیز بودن درآمد مردم روستا و فقدان برنامه‌ریزی و اشتغال‌زایی از طریق گردشگری	
E	حاکمیت نگاه قوم‌نگر و کوتاه‌نگر در برنامه‌ریزی‌ها	تعصبات قومی - قبیله‌ای
P	محدودیت‌های اجتماعی زنان و دختران، که با حضور گردشگران نمی‌توانند از خانه بیرون بیایند	
P	عدم مشارکت زنان در طرح‌های گردشگری	
P	ورودی نپرداختن مردم محلی منطقه برای ورود به کانون‌های گردشگری	تغییرات اقلیمی
P	شیب زیاد اراضی به دلیل کوهستانی بودن استان و هزینه‌بر بودن اجرای طرح	
P	وجود سرما و یخبندان در مدت زیادی از طول سال	
P	شلوغ بودن باغ‌ها و کانون‌ها در فصل تابستان (برنامه‌ریزی خاصی برای فصول سرد سال صورت نگرفته است)	

کد مرتب	خرده‌طبقات	طبقات گسترده
<i>E</i>	عدم حمایت مالی دهیارها	فقدان انگیزه در مسئولان محلی
<i>P</i>	مدیریت ضعیف در شهرداری‌ها و دهیاری‌ها	درک صحیح از گردشگری
<i>P</i>	عدم حمایت از سرمایه‌گذاران محلی	
<i>P</i>	دریافت پول زور از گردشگران در روستاهای هدف و یا کانون‌های گردشگری	
<i>E</i>	آشنا نبودن مردم روستایی منطقه با درآمد حاصل از گردشگری	
<i>E</i>	ارائه نشدن امکانات اولیه در قبال قبض‌های ورودی بی‌مورد	
<i>P</i>	عدم شناخت هنرهای دستی روستائیان و عشایر و نبود مکانی برای ارائه آنها	کمرنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی
<i>P</i>	به فراموشی سپردن معماری سنتی و هنرهای دستی و قدیمی روستا	
<i>P</i>	تغییر پوشش یا به‌عبارتی، دگرگونی کلامی فرهنگ مردم محلی	

منبع: یافته‌های تحقیق

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی عبارت است از تلفیق و درآمیختن طبقات به وجود آمده برای شکل‌گیری اولیه چارچوب تحقیق (قبادی و پاپزن، ۱۳۸۹). در این مرحله از تحقیق، جمله‌هایی که پیش‌تر کدگذاری شده‌اند، دوباره با هم ترکیب می‌گردند تا رابطه‌ای درک‌پذیر بین آنها پدید آید و پس از آن به ترسیم نمودار - که بایستی هم‌پوشانی مباحث را در برگیرد - پرداخته می‌شود (Mehmetoglu Altinary, 2006). نکته مهم در این مرحله گرد هم آمدن کلیه طبقات و خرده‌طبقات حول محور واحد و عمده است که زمینه مدل یا نظریه را فراهم می‌سازد. فعالیت

مهدی کرمی دهکردی و خلیل کلاتری ————— شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و ...

عمده و اصلی این مرحله از تحقیق، ایجاد خط سیر داستان¹ است که همه طبقات را دربرمی‌گیرد (قبادی به نقل از پاپ زن، ۱۳۸۹). در ادامه مدل اولیه تحقیق (پایه‌گذاری مدل)، که بخش عمده آن شامل دیدگاه‌های آگاهان روستایی، گردشگران داخلی و گردشگران خارج از استان است، آورده می‌شود.



شکل ۱. مدل اولیه میدانی تحقیق

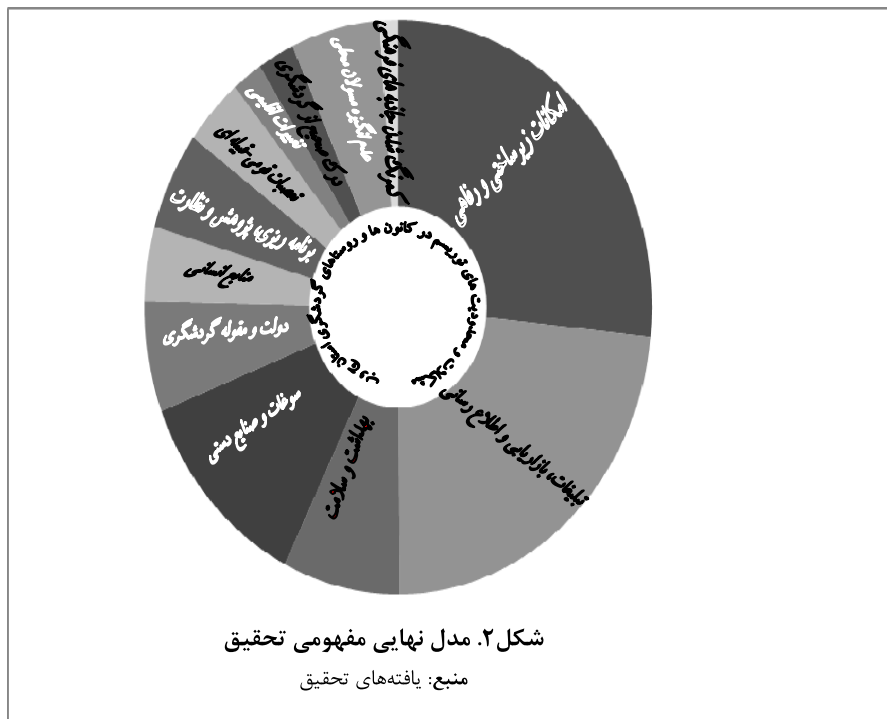
منبع: یافته‌های تحقیق

طراحی و اعتبار مدل

در این مرحله داده‌ها به تئوری یا مدل تبدیل می‌شوند. می‌توان گفت که ساخت مدل یا نظریه از نخستین تحلیل‌ها آغاز می‌شود و تا آخرین آنها ادامه می‌یابد. نخستین گام در مرحله طراحی

1 - Story Line

مدل طبقه‌بندی مرکزی است که درون‌مایه تحقیق را نشان می‌دهد. این طبقه بین داده‌های مختلف ارتباط برقرار می‌کند، اما خود در بین داده‌ها نیست (ادیب حاج‌باقری و صلصالی، به نقل از پریست، ۱۳۸۶). در این مرحله، با پیوند طبقات و مقوله‌های حاصل از بحث کارشناسان و تلفیق آن با مدل میدانی اولیه، مدل مفهومی تحقیق استخراج گردید، که با ادغام نظر کارشناسان، زمینه افزایش اعتبار مدل نیز فراهم شد. شکل ۲ مدل کلی مفهومی تحقیق، با عنوان "مشکلات و محدودیت‌های گردشگری در روستاهای هدف و کانون‌های گردشگری استان چهارمحال و بختیاری" است.

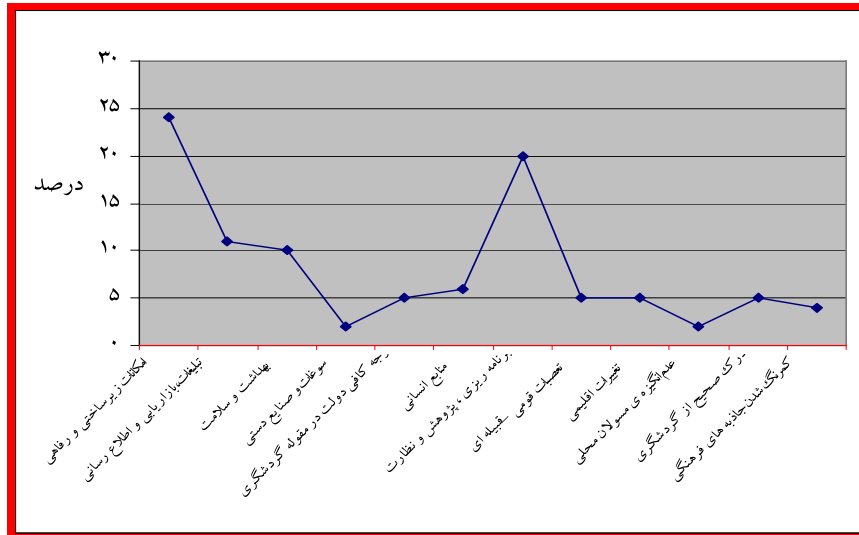


نمودار کلی مدل مفهومی تحقیق و سهم هر یک از مقوله‌ها

پس از بررسی و تحلیل فیلم‌ها، مصاحبه‌ها، نوارها و دست‌نوشته‌های جمع‌آوری شده در این مرحله، در نهایت ۷۷ گویه مطابق با جدول ۲ به دست آمد، که در مرحله 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، بی‌انگیزه بودن مسئولان، فقدان درک صحیح از مقوله گردشگری، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، دولت و مقوله گردشگری و امکانات زیرساختی و رفاهی به ترتیب با فراوانی‌های ۸، ۸، ۲، ۵، ۱۶، ۴، ۳، ۱، ۵، ۳، ۴ و ۱۸ گویه (جدول ۳) تقسیم‌بندی شد.

به منظور ترسیم مدل (با توجه به تعداد فراوانی مدل‌ها)، هر یک از صفحات گسترده با تعداد گویه‌های مربوط به آن در نرم‌افزار Excel وارد شد و سپس با استفاده از این نرم‌افزار مدل مفهومی تحقیق (شکل ۲) ترسیم گردید.

شکل ۳ نشانگر درصد تخصیص یافته مرتبط با هر گویه است. براساس این مدل، مقوله امکانات زیرساختی و رفاهی با ۲۳/۴ درصد، برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت با ۲۰/۸ درصد، تبلیغات و راهنمایی و بازاریابی و نیز مقوله بهداشت و سلامت با ۱۰/۴ درصد، منابع انسانی و مقوله درک صحیح از گردشگری با ۶/۵ درصد، عدم توجه کافی دولت و تعصبات قومی و قبیله‌ای با ۵/۲ درصد، تغییرات اقلیمی و کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی با ۳/۹ درصد، سوغات و صنایع دستی با ۲/۵ درصد، و در نهایت بی‌انگیزه بودن مسئولان محلی با ۱/۳، به ترتیب اولویت‌ها را مشخص می‌سازند. بنابراین مدل میدانی مشکلات و محدودیت‌های گردشگری استان چهارمحال و بختیاری به گونه‌ای که تشریح شد، استخراج گردید.



شکل ۳. محدودیت‌ها و مشکلات مشخص شده براساس مدل میدانی تحقیق

منبع: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج حاصل از تحقیق حاضر، استخراج مدل مفهومی مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری بود. بدین ترتیب مشخص گردید که این استان با مشکلات مختلفی مواجه است، که از آن جمله‌اند:

مشکلات زیرساختی، بازاریابی، بهداشت و سلامت، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح از گردشگری، بی‌انگیزه بودن مسئولان محلی، تعصبات قومی-قبیله‌ای، عدم برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت، معضلات مربوط به منابع انسانی، کاستی‌های گردشگری و مقوله دولت و مسائل و مشکلات مربوط به صنایع دستی در این میان مشکلات مربوط به امکانات زیرساختی و رفاهی با ۲۳/۴ درصد؛ برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت با ۲۰/۸ درصد؛ تبلیغات، راهنمایی و بازاریابی و بهداشت و سلامت با ۱۰/۴ درصد؛ منابع انسانی و درک صحیح از گردشگری با ۶/۵ درصد؛ عدم توجه کافی دولت و تعصبات قومی و قبیله‌ای با ۵/۲ درصد؛

تغییرات اقلیمی و کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی با ۳/۹ درصد، سوغات و صنایع دستی با ۲/۵ درصد، و درنهایت مقوله بی‌انگیزگی مسئولان محلی با ۱/۳ درصد، میزان و ترتیب اولویت‌ها را نشان می‌دهند.

بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهایی بدین شرح ارائه می‌گردد:

• با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، مسئله زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی (Kamauro 1996, Vivanco 2002, Isaacs 2000, Milaren 1998,) و دانشور عنبرانی، ۱۳۸۶، مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲، علیزاده، ۱۳۸۲، تجلی، ۱۳۷۹، مافی و سقایی، ۱۳۸۷، ثبوتی، ۱۳۷۵، توکلی و هدایتی، ۱۳۸۷) از مشکلات شناسایی شده در این زمینه بوده است. از طرف دیگر، روستاهای مورد مطالعه به عنوان روستاهای هدف گردشگری انتخاب شده‌اند. بدین خاطر، گردشگران پس از حضور در این روستاها انتظار ارائه خدمات و همچنین وجود زیرساخت‌های گردشگری مناسب را دارند. در نتیجه توجه به این نکات اساسی و مهم بیش از پیش ضروری است. بدین خاطر تشکیل جلسات و کارگروه‌هایی با مشارکت سازمان‌های متعدد و درگیر با مقوله گردشگری پیشنهاد می‌گردد. افزون بر آن، مطالعات پژوهشی درخصوص نیازسنجی خدمات و زیرساخت‌های گردشگری در روستاهای هدف با دیدی سیستماتیک (توجه به تمام ابعاد) نیز پیشنهاد می‌شود.

• نتایج حاصل از تحقیق، نشان از وضعیت بهداشتی نامطلوب کانون‌ها و یا روستاهای هدف دارد. لذا توجه به این مقوله با همکاری وزارت بهداشت، نظارت بیشتر در بخش خدماتی و همچنین توجه بیشتر شهرداری‌ها و یا مدیریت کانون در زمینه دفع بهداشتی و صحیح زباله از کانون‌ها پیشنهاد می‌گردد.

• نتایج به دست آمده بیانگر ناآشنایی با (یا وجود ناچیز از) سوغات و صنایع دستی استان (Mellgren 2007, Cater & Lowman 1994, Baumol & Oates 1997, Hardin 1998) و استفاده از آنهاست. به همین دلیل توجه به منظور شناساندن صنایع دستی و سوغات استان، تبلیغ و بازاریابی (Sharphly, 2006) و مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲، ثبوتی، ۱۳۷۵ و توکلی و هدایتی، ۱۳۸۷) برای آنها، فراهم ساختن بسته‌بندی‌های مناسب برای آنها و نظارت بر

توزیع‌شان و دیگر اقدامات لازم، با همکاری و مشارکت سازمان بازرگانی و میراث فرهنگی به منظور گسترش اشتغال و افزایش درآمد (Fossati & Breidenhann & Wickens, 2004; Panella, 2000; Giaoutzi & Nijkamp, 2006; Lee & Chang, 2008, Arntzen, Setlhogile and Barnes., 2007) پیشنهاد می‌گردد.

- با توجه به نتایج به دست آمده، فرهنگ مردم و درخصوص پذیرش گردشگر (Mitchell & Hall, 2005 و موسایی، ۱۳۸۳) از جمله مشکلات شناسایی شده موجود است. توجه به این امر که خود اهمیت بسیاری در جذب گردشگران دارد، ضروری و مهم است. بدین‌منظور، بهره‌گیری از پژوهشگران متخصص (Hall & Jenkins, 1995 and Baum & Szivas, 2008) و کدیور و سقایی، ۱۳۸۶ و دهقان، ۱۳۸۷ و توکلی و هدایتی، ۱۳۸۷) و یا سخنرانان دارای قدرت بیان در زمینه‌هایی با مضامین فرهنگی مرتبط، به‌ویژه افزایش اطلاعات مردم در حوزه گردشگری و مزایای آن (از طریق تنظیم برنامه با دهیاری‌ها و مسئولان مناطق) و همچنین تهیه برنامه‌های تلویزیونی با موضوع مذکور- با همکاری صدا و سیما- پیشنهاد می‌گردد.
- پرداختن به پژوهش‌های دیگر در آینده، درباره ابعاد مختلف گردشگری روستایی، به منظور تقویت این مقوله و بهره‌مندی هر چه بیشتر روستاییان از آنها، پیشنهاد می‌گردد.

منابع

- ادیب حاج‌باقری، صلصالی، مهوش، ۱۳۸۲، رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی، نشر نی، تهران.
- بونی فیس، پرسیلا، ۱۳۸۰، مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه: محمود عبدالله‌زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- پاپ‌زن، عبدالحمید، ۱۳۸۲، طراحی مدل تلفیقی دانش بومی و رسمی به منظور دستیابی به رهیافت سامانه‌ای مشارکتی در شهرستان کرمانشاه، رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- تجلی، محمدحسین، ۱۳۷۹، نقش توان‌های توریستی در توسعه اقتصادی شهر کرمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تهران.

مهدی کرمی دهکردی و خلیل کلاتری ————— شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و ...

تقدیسی زنجانی، سیمین، دانشور عنبرانی، فاطمه، ۱۳۸۶، *توریسم روستایی الگویی در برنامه‌ریزی روستایی*، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره هشتم، صص. ۱۹۲-۱۷۹.

توکلی، مرتضی، هدایتی، صلاح، ۱۳۸۷، *چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی: مطالعه موردی سیستان و بلوچستان*، مجله علمی- پژوهشی فضای جغرافیایی، شماره ۲۳.

ثبوتی، حجت، ۱۳۸۵، *بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

دانایی‌فرد، حسن، ۱۳۸۴، *تئوری پردازی با استفاده از رویکرد استقرایی: استراتژی مفهوم‌سازی تئوری بنیادی*، دوماهنامه علمی- پژوهشی دانشگاه شاهد، سال دوازدهم، شماره ۱۱.

دهقان، علیرضا، ۱۳۸۷، *تجربه گردشگری در فضای واقعی و مجازی*، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۴، صص ۱۹-۱.

دیبايي، پرويز، ۱۳۷۱، *شناخت جهانگردی*، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

رستمی، یسار و محمدی یگانه، بهروز، ۱۳۸۸، *امکان‌سنجی توسعه گردشگری روستایی به منظور دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی: مطالعه موردی: روستای اورامان تخت*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد گروه جغرافیا، دانشگاه زنجان.

رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد، ۱۳۷۹، *برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای*، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، اصفهان.

روزنامه کیهان، به نقل از خبرگزاری آفتاب، ۱۳۸۹، *اطلاعات درباره گردشگری در ایران*، برگرفته از سایت <http://sanatetourism.blogspot.com/1389>

ریچارد شارپلی، جولیا، ۱۳۸۰، *گردشگری روستایی*، ترجمه نصیری و منشی‌زاده، انتشارات منشی، تهران.

زاهدی، شمس‌السادات، ۱۳۸۷، *مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار*، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

سازمان برنامه و بودجه استان لرستان، ۱۳۷۸، *مطالعه قابلیت‌سنجی توسعه استان لرستان*، بخش توریسم.

- سند چشم‌انداز ۲۰ ساله گردشگری، ۱۳۹۰، برگرفته شده از سایت <http://darvazeh.net/news>
- شهیدی، محمدشریف، اردستانی و گودرزی، محمدمهدی، ۱۳۸۸، بررسی تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، صص. ۵۹-۱۱۳.
- علیزاده کتابون، ۱۳۸۲، اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست‌محیطی بخش طرقله شهرستان مشهد، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۴.
- قبادی، پرستو، و پاپزن، عبدالحمید، ۱۳۸۹، بررسی مشکلات توریسم در استان کرمانشاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی.
- کازه، ژرژ، ۱۳۸۱، آمایش جهانگردی، ترجمه صلاح‌الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- کدیور، علی‌اصغر و سقایی، مهدی، ۱۳۸۶، ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیرامون شهری، مطالعه موردی دره اخلمد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۸۳.
- مافی، عزت‌الله، سقایی، مهدی، ۱۳۸۷، تحلیل بر گردشگری روستایی پیرامون کلان‌شهرها، مطالعه موردی کلان‌شهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره دهم، صص. ۲۱-۴۰.
- مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، ۱۳۸۲، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، صص. ۲۵-۸۸.
- موحد، علی، ۱۳۸۶، گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز.
- موسایی، میثم، ۱۳۸۳، تخمین تابع تقاضای توریسم در ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۳.
- مهدوی حاجیلویی، مسعود، قدیری معصوم، مجتبی، ۱۳۸۷، نقش و تأثیر خانه‌های دوم بر ساختار اقتصادی، اجتماعی ناحیه کلاردشت؛ پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۶۵، صص. ۱۹-۳۱.
- Arntzen, J., Setlhogile, T., & Barnes, J., 2007, *Rural Livelihoods, Poverty Reduction, and Food Security in Southern Africa: Is CBNRM the Answer?* Washington, DC: International Resources Group.
- Augustin, M., 1998, *National Strategies for Rural Tourism Development and Sustainability*, The experience journal of Sustainable Tourism, P. 3.

- Baumol, W.J. and W.E. Oates, 1977, *Economics, Environmental Policy, and Quality of Life*. Englewood Cliffs, New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Baum, T., & Szivas, E., 2008, *HRD in Tourism: A Role for Government?*, Journal of Tourism Management, 29(4), PP. 783 - 794.
- Breidenhann, J., & Wickens, E., 2004, *Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas vibrant Hope or Impossible Dream?*, Journal of Tourism Management, 25(1), PP. 71- 79.
- Caslake, D., 1993, *South Australian Tourism Strategy and the Role of Ecotourism, Adelaide, Australia: Down to Earth Planning for an Out-of-the-Ordinary Industry*, presented at the South Australian Ecotourism Forum.
- Cater, E., and G. Lowman. Ed., 1994, *Ecotourism in the Third World - Problems and Prospects for Sustainability in: Ecotourism, a Sustainable Option?*, United Kingdom: John Wiley and Sons.
- Elper-Wood, M., 1998, *Ecotourism at a Crossroads: Charting the Way Forward*, Nairobi, Kenya: The final report from the Conference of Ecotourism at the Crossroads.
- Fleischer, A., and Anat, T., 2002, *IS Agriculture an Important Component of Rural Tourism?*, Available: departments.agri.huji.ac.il/economicskenes-fleischer.pdf.
- Fossati, A. & Panella, G., 2000, *Tourism and Sustainable Development: A Theoretical Framework*, Tourism and Sustainable Economic Development, PP. 3-36, Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Giaoutzi, M. & Nijkamp, P., 2006, *Emerging Trends in Tourism Development in an Open world*, Tourism and regional development: New pathways, PP.1-12, Aldershot, UK: Ashgate Publishing Ltd.
- Hall, C.M., & Jenkins, J. M., 1995, *Tourism and Public Policy*, London: Routledge.
- Hardin, G., 1968, *The Tragedy of the Commons*, Science, P. 162.
- Holden, A., 2000, *Environment and Tourism*, Routledge published, London.
- Isaacs, J.C., 2000, *The Limited Potential of Ecotourism to Contribute to Wildlife Conservation*, The Ecologist, 12.
- Jacobson, S.K. and R. Robles, 1998, *Ecotourism, Sustainable Development, and Conservation Education: Development of a Tour Guide Training Program in Tortuguero, Costa Rica*, Environmental Management.

- Kamauro, O., 1996, *Ecotourism: Suicide or Development? Voices from Africa #6: Sustainable Development*, UN Non-Governmental Liaison Service, United Nations News Service.
- Lee, C.C., & Chang, C. P., 2008, *Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels*. Journal of Tourism Management. 29(1), PP. 180 - 192.
- Mellgren, D., 2007, *Travel Experts See Worrisome Downside to Ecotourism*, Associated Press, <http://www.enn.com/today.html?id=12778>. Retrieved 2007-05-21.
- Milaren, D., 1998, *Rethinking Tourism and Ecotravel: The Paving of Paradise and What You Can Do to Stop It*, West Hartford, Connecticut, USA: Kamarian Press.
- Mitchell, M. & Hall, D., 2005, *Rural Tourism as Sustainable Business: Key Themes and Issues*, In D. Hall, I. Kirkpatrick, & M. Mitchell (Eds.), Rural tourism and sustainable business, PP. 3-14, Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), 2005, *OECD Working Papers Series*.
- Sebele, L.S., 2010, *Community-based Tourism Ventures, Benefits and Challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana*. Journal of Tourism Management, 31, PP. 136-146.
- Sharphly, R., 2006, *Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus*, Journal of Tourism Management, 23, PP. 233-344.
- Tourism 2020 vision*, Find in: www.world-tourism.org.
- Vivanco, L., 2002, *Ecotourism, Paradise lost - A Thai Case Study*, The Ecologist.
- World Tourism Organization, 2010, *Organisation Mondiale du Tourisme OMT/ news and évents part*.
- World travel and tourism council, 2009, *Tourism Research Part*, London: World Travel and Tourism Council.
- World Tourism Organization, 2011, *National and Regional Tourism Planning: case studies(Asia and Iran)*, London.

مهدی کرمی دهکردی و خلیل کلاتری ————— شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و ...

World Travel and Tourism Council, 2009, Botswana: *The Impact of Travel and Tourism on Jobs and the Economy*, London: World Travel and Tourism Council.

WTO, 2000, *The Role of Transnational Enterprises in the Development of Tourism*, Madrid, WTO.

Woods, M., 2000, *Diversifying the Rural Economy: Tourism Development*, Available: srcd.msstate.edu/publications/woods.pdf 20.