



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال سوم، شماره‌ی ۱۰، پاییز ۱۳۹۳

صفحات ۳۲-۱۱

ارزیابی فرایند توسعه گردشگری روستاهای تاریخی - فرهنگی با استفاده از

مدل چرخه حیات گردشگری مقصد

* داوود مهدوی

** عبد الرضا رکن الدین افتخاری

*** حمداله سجاسی قیداری

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۹/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۶/۲۰

چکیده

امروزه توسعه پایدار گردشگری به‌عنوان موتور محرک توسعه و عاملی جهت بهبود کیفیت زندگی جوامع در حال توسعه تلقی می‌شود. این در حالی است که این جوامع و مقاصد گردشگری آنها در زمان‌های مختلف دچار تحولاتی بنیادی می‌گردند که ممکن است به توسعه یا افول دائمی گردشگری در آن مقاصد منجر شود. بنابراین شناخت چرخه‌ی عمر مقاصد گردشگری می‌تواند به مدیران و برنامه‌ریزان در رونق بخشی به توسعه پایدار گردشگری کمک کرده و از زوال و ناپایداری گردشگری جلوگیری کند. از این‌رو، مقاله حاضر درصدد پاسخگویی به این سوال کلیدی است که مناطق روستایی با پتانسیل گردشگری تاریخی - فرهنگی بر اساس مدل ارزیابی چرخه‌ی حیات در چه مرحله از توسعه قرار دارند؟ بدین منظور مقاله با هدف توسعه روش عملی ارزیابی و سنجش مراحل توسعه مقاصد گردشگری در ۷ روستای تاریخی - فرهنگی کشور در یک محدوده زمانی مشخص و با استفاده از روش شناسی توصیفی - تحلیلی و پیمایش و نظر خواهی از مردم، مسولان و گردشگران به ارزیابی و اندازه‌گیری در روستاهای مورد مطالعه پرداخته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از روش‌های تحلیل کمی و کیفی در چارچوب مراحل چرخه‌ی حیات گردشگری استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده بیانگر این مطلب است که در مجموع روستاهای مورد مطالعه بر اساس گام‌های شش‌گانه مدل چرخه‌ی حیات، با میانگین کل امتیاز ۰/۴۴۴ در مرحله درگیری و گذار به مرحله توسعه می‌باشند. لذا فرایند گردشگری در روستاهای مورد مطالعه با افزایش فعالیت‌های گردشگری همراه است که در صورت مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب می‌توان از اثرات ناپایدار گردشگری در این روستاها کاسته و به تداوم حیات گردشگری روستایی کمک کرد.

واژگان کلیدی: توسعه پایدار، گردشگری روستایی، چرخه‌ی حیات، روستاهای تاریخی - فرهنگی.

* نویسنده مسئول: استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور (dmahdavi@pnu.ac.ir)

** دانشیار گروه علوم جغرافیایی و سنجش از دور دانشگاه تربیت مدرس، تهران

*** استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

مفهوم چرخه‌ی حیات به‌عنوان فرآیند تولد تا زوال موجودات از علوم زیستی وارد اقتصاد، مدیریت، برنامه‌ریزی و ادبیات گردشگری به‌عنوان مدل توسعه‌ی محصولات، خدمات و مقاصد شده است. از این رو امروزه مفهوم چرخه‌ی حیات به‌عنوان یک بحث علمی جهت برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه‌ی مقاصد و محصولات گردشگری، تحلیل و تبیین مکانیسم پویای توسعه‌ی گردشگری، منعکس نمودن نیروهای داخلی و مؤلفه‌های خارجی رشد، و الگوی رفتاری نظام توسعه‌ی گردشگری مد نظر جامعه علمی قرار گرفته است. زیرا از طریق این مدل، می‌توان تغییرات زمانی فرایند گردشگری را با توجه به الگوی رفتاری گردشگران در مقاصد گردشگری و میزان جذابیت مقاصد، مورد تحلیل قرار داد. زیرا توسعه گردشگری، به‌عنوان جریانی پویا در بسترهای مکانی- فضایی و زمانی است که مدام در حال تغییر و تحول می‌باشد. این تغییرات نشان دهنده دوره‌های مختلفی از فراز و فرودها می‌باشد. به‌طوری که در قلمروهای جغرافیایی گردشگری با توجه به جاذبه‌های موجود در مکان‌ها کشف شده، توسعه یافته و به تکامل یا زوال می‌رسد. بر این اساس، برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری به‌ویژه گردشگری روستایی می‌توانند از مفهوم چرخه‌ی حیات گردشگری به‌عنوان چارچوبی مفید برای توصیف نحوه عمل فرآیند توسعه مقاصد گردشگری استفاده کنند. به‌عبارتی از طریق چرخه‌ی حیات گردشگری می‌توان به درک رابطه بین بازار گردشگری، جاذبه‌های محیط و رقابت دست یافت. برای رسیدن به این مهم ضروری است تا با شناخت چرخه‌ی حیات مقصد گردشگری^۱ در نواحی روستایی و جایگاه آنها در وضعیت فعلی این چرخه، ارزیابی علمی و دقیقی از وضعیت توسعه گردشگری و اثرات و پیامدهای آن بر روی محیط، اجتماع و اقتصاد جوامع روستایی گردشگری پذیر به‌عمل آید تا از این طریق پایداری یا ناپایداری توسعه گردشگری مورد تبیین قرار گیرد (شعبانی فرد و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۴). این امر به‌ویژه در روستاهایی که در برگیرنده میراث تاریخی و فرهنگی می‌باشند، از اولویت خاصی برخوردار است. زیرا جنبه‌های کارکردی و زیبایی‌های طبیعی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین میراث ماندگار تاریخی این روستاها (مانند ایبانه، کندوان، انبوه، میمند، اورامان تخت، لافت و ...)، سبب شده تا از این طریق گردشگران داخلی و بین‌المللی بی‌شماری را به‌خود جذب نمایند. با این وجود شکل‌گیری شرایط ناپایدار گوناگون در زمینه توسعه گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی کشور می‌تواند موجبات افول و زوال زودرس این روستاها را فراهم گرداند. لذا ضرورت شناخت و ارزیابی وضعیت و مراحل حیات گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی کشور بر اساس شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی به منظور شناخت و برنامه‌ریزی مناسب جهت رفع چالش‌ها و پیامدهای نامطلوب گردشگری شده و زمینه طولانی‌تر شدن حیات گردشگری در مقاصد را فراهم می‌سازد. زیرا بی‌توجهی به مدیریت چرخه‌ی حیات منجر به حرکت گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی به‌سوی آستانه‌های بحرانی (ناپایداری و زوال زودرس) می‌گردد (ضیائی و صالحی نسب، ۱۳۸۷: ۸۱). بر این اساس هدف کلیدی

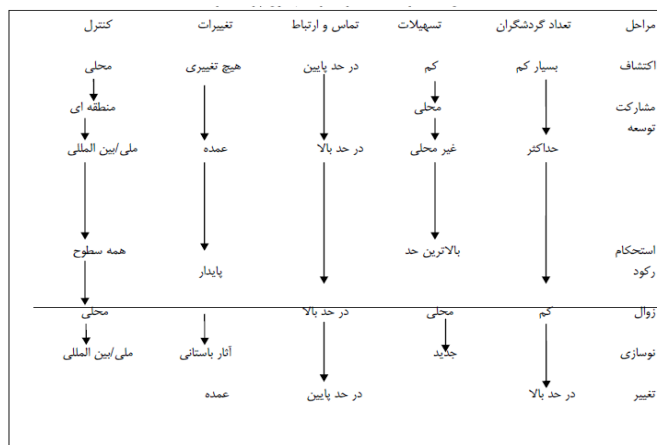
^۱ Tourism Area life cycle (TALC)

مطالعه حاضر، تبیین شرایط کنونی گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی بر اساس مدل چرخه‌ی حیات می‌باشد، تا از طریق شناخت دقیق از وضع موجود توسعه گردشگری در روستاهای با پتانسیل گردشگری تاریخی- فرهنگی، بتوان به تداوم حیات گردشگری در آنها کمک کرد. لذا، کلیدی‌ترین سوال پژوهش نیز بر این مبنا شکل می‌گیرد که وضعیت و جایگاه کنونی روستاهای با پتانسیل گردشگری تاریخی- فرهنگی به لحاظ چرخه‌ی حیات چگونه می‌باشد؟ به عبارت دیگر مناطق روستایی با پتانسیل گردشگری تاریخی- فرهنگی بر اساس مدل ارزیابی چرخه‌ی حیات در چه مرحله از مراحل توسعه گردشگری قرار دارند؟

مبانی نظری

چرخه‌ی حیات و مقصدهای گردشگری

از مباحث مهم و کلیدی در برنامه‌ریزی گردشگری، تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه می‌باشد. زیرا در طی ۱۵۰ سال اخیر، گردشگری شاهد یک الگوی تکاملی توسعه گردشگاه بوده است (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۴۴). تبیین چنین فرآیند تکاملی پویا برای مقصدهای گردشگری از شیوه‌های مختلفی امکانپذیر می‌باشد که یکی از مهمترین آنها، استفاده از مدل چرخه‌ی حیات می‌باشد. زیرا چرخه‌ی حیات مقصد گردشگری همانند چرخه‌ی حیات کالا از الگویی تبعیت می‌کند. به طوری که بر اساس دورنمای توسعه‌ای، یک مقصد در زمان رشد و ترقی خود توجه بازارهای متفاوتی را به خود جلب کرده و اشکال متفاوت و متنوعی از گردشگران را پذیرا می‌باشد. به عنوان نمونه گردشگر خونگرم و حادثه جو در جستجوی یافتن مقاصد ناشناخته و بکر و دست نخورده بوده و برعکس گردشگران منفعل و طرفدار محیط آشنا، مقصد دوم را ترجیح می‌دهند. همچنین افراد با طبع آرام و ملایم (یعنی ترکیبی از این دو شکل حاد) به سوی گردشگاه‌های توسعه‌یافته‌تر که در جهت رشد و ترقی در حرکت‌اند، گرایش دارند (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۴۴). بر این اساس، مقاصد مختلف در طول چرخه‌ی عمرشان، دستخوش تغییر و تحولات مختلفی می‌شوند و تمرکز تسهیلات در هر یک از این دوره‌ها متفاوت می‌باشد. در هر یک از مراحل چرخه‌ی حیات مقصدها، تغییرات خاصی در جنبه‌های مختلف شکل می‌گیرد (شکل ۱).



شکل ۱: تغییرات مقاصد گردشگری در طول چرخه‌ی حیات

منبع: اسواربروک^۱، ۱۹۹۹، ۲۵۹

بررسی روند تکاملی الگوها و مدل‌های تشریح کننده فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی نشان می‌دهد که در طی بیش از ۶۰ سال گذشته، پژوهش‌های بسیاری در زمینه پیش‌بینی فرآیند و مسیر توسعه مقصدهای گردشگری صورت گرفته است. این پژوهش‌ها به‌طور عمده ناشی از نیاز برنامه‌ریزان صنعت گردشگری به ابزارهای پیش‌بینی فرآیند توسعه مقصدهای گردشگری بوده است که برای شناخت اثرات توسعه گردشگری و در نتیجه افزایش میزان اثربخشی و کارایی برنامه‌های توسعه از نقشی اساسی برخوردار هستند. از این‌رو، طی دهه‌های گذشته، الگوها و مدل‌های گوناگونی در زمینه پیش‌بینی فرآیند توسعه مقصدهای گردشگری مطرح شده است (ضرغام بروجنی و دلشاد، ۱۳۹۰: ۱۴۵-۱۴۶). اولین مطالعات صورت گرفته برای تشریح فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی را می‌توان به تلاش‌های گیلبرت^۲ در سال ۱۹۳۹ در زمینه تعیین سیر تکاملی مقصدهای تفرجگاهی نسبت داد. بارت^۳ (۱۹۵۸) نیز مطالعاتی در زمینه ریخت‌شناسی مقصدهای تفرجگاهی، ساحلی به انجام رسانید که منجر به ارایه الگوی توسعه خاصی نگردید (پریدوکس^۴، ۲۰۰۴: ۲۲۵). کوهن^۵ (۱۹۷۲) نیز با مدنظر قرار دادن مباحث روانشناختی، به ارایه یک گونه‌شناسی از گردشگران ورودی به مقصد تفرجگاهی در مراحل مختلف توسعه پرداخت (بری^۶، ۲۰۰۱: ۲۹). پلاگ^۷ (۱۹۷۲) با مطالعه شخصیت‌های مسافران و گردشگران ورودی به مقصدهای تفرجگاهی، گونه‌شناسی گردشگران در مراحل مختلف توسعه را ارایه

¹ Swarbrook

² Gilbert

³ Birth

⁴ Prideaux

⁵ Kohen

⁶ Berri

⁷ Plog

نمود (بری، ۲۰۰۱: ۳۴). بر اساس نظر پلاگ اکثر گردشگران ورودی به مقصدهای تفرجگاهی در مراحل مختلف توسعه را، به ترتیب گردشگران ماجراجو، گردشگران نزدیک به ماجراجو و میانه‌رو و گردشگران نزدیک به محافظه کار و محافظه کار تشکیل می‌دهند (اسواربروک، ۱۹۹۹: ۲۵۹). داکسی^۱ (۱۹۷۵) شاخصی از مراحل درجه خشنودی یا ناخشنودی ساکنان مقصد گردشگری را به منظور تشریح چگونگی تغییر نگرش مردم محلی نسبت به مراحل رشد گردشگری (مراحل چرخه‌ی حیات مقصد گردشگری) ارائه نموده است (اردکانی، ۱۳۸۲: ۵۸). میوزک^۲ (۱۹۷۶) به مدلسازی تأثیر تغییر تکاملی بر سلسله مراتب توسعه مقصد تفرجگاهی پرداخت (پریدوکس، ۱۹۹۸: ۲۲۵). استنسفیلد^۳ (۱۹۷۲ و ۱۹۷۸) با مطالعه مقصدهای تفرجگاهی شمال شرقی ایالات متحده الگوی تغییراتی را شناسایی نمود که تحت عنوان چرخه‌ی مقصد تفرجگاهی در ادبیات نوین گردشگری مطرح گردید (باتلر^۴، ۲۰۰۱، ۲۸۷). در دهه‌ی ۱۹۸۰ باتلر بر مبنای پژوهش‌ها و مطالعات صورت گرفته در زمینه الگوهای توسعه مقصد تفرجگاهی، الگوی چرخه‌ی حیات مقصد گردشگری را ارائه نمود. باتلر چرخه‌ی حیات محصول را به گونه‌ای تغییر داد که مناسب صنعت گردشگری باشد (آلوارز و لورنکو^۵، ۲۰۰۵، ۳-۴). این مدل ۶ مرحله توسعه و تکامل مقصد گردشگری را در بر می‌گیرد: اکتشاف، مشارکت، توسعه، تثبیت یا بلوغ، رکود، نزول و یا احیاء مجدد (مور و وایت هال^۶، ۲۰۰۵: ۱۱۳).

تبیین گام‌های چرخه‌ی حیات گردشگری

همانطوری که پیشتر آمد، گیلبرت (۱۹۳۹) اولین اندیشمند و متفکری بود که چرخه‌ی حیات مقصدهای گردشگری وارد ادبیات گردشگری کرد و آن را در سه مرحله معرفی کرد: مرحله اکتشاف، مرحله رشد و مرحله افول (هانگس رانجون^۷، ۲۰۰۷: ۵). با این حال، باتلر در سال ۱۹۸۰ چرخه‌ی حیات مقصدهای گردشگری خود را با مراحل گسترده‌تر ارائه کرد (باتلر، ۱۹۸۰: ۵-۱۲) (شکل ۲).

¹ Doxey

² Music

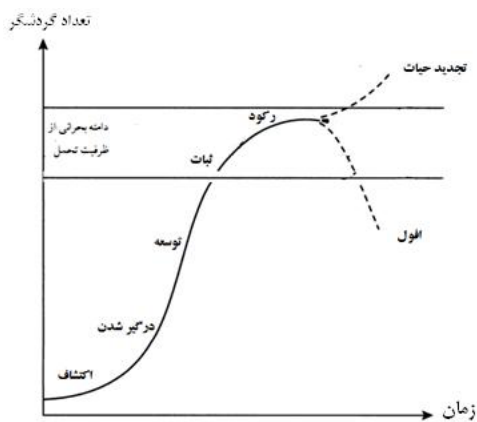
³ Stansfield

⁴ Butler

⁵ Alvares & Lourenco

⁶ Moore & Whitehall

⁷ Hongsrangon



شکل ۲: چرخه‌ی حیات مقصد گردشگری

منبع: باتلر، ۱۹۸۰

باتلر با توجه به نظریات پلوگ، کوهن و داکسی نظریه و یا مدل خود را ارائه داده است. مدل باتلر در سال ۱۹۸۰ ارائه شد و نه تنها اذعان کرد که نظریه‌اش به تئوری‌های قبلی مرتبط است، بلکه تاکید کرد که مبتنی بر مفهوم کسب و کار/بازاریابی از چرخه زندگی محصول است. وقتی این مدل در رابطه با مقصد گردشگری به کار می‌رود، نشان می‌دهد که مقصد در طول زمان تغییر کرده و توسعه می‌یابد و در این فرایند تحول تعدادی مراحل مرتبط وجود دارد که عبارتند از: اکتشاف، مشارکت و درگیر شدن جامعه محلی، توسعه، تحکیم و در نهایت افول یا تجدید حیات (اردکانی، ۱۳۸۲: ۵۵). در خلال این مراحل صنعت گردشگری توسعه می‌یابد و در مقصد تعداد فزاینده‌ای از گردشگران مشاهده می‌شود. بعد از مرحله تثبیت تعدادی از احتمالات وجود دارد. بطوری که در این مرحله مقصد می‌تواند بدون هیچگونه افزایش یا کاهش در تعداد گردشگران، دچار رکود شود و یا وارد مرحله تجدید حیات و از سر گرفتن جوانی گردد (ماسون^۱، ۲۰۰۳: ۲۲-۲۴).

باتلر مدل چرخه‌ی حیات یک مقصد توریستی را به‌وسیله دو مفهوم متفاوت ارائه داد: (۱) **مفهوم کسب و کار از چرخه عمر محصول**: باتلر معتقد است که مقصد نیز همانند محصولات است. بنابراین، می‌توان انتظار داشت که همانند آنها چرخه‌ی زندگی داشته باشد. زیرا همانند سایر محصولات، مقصد تولید می‌شود، به بازار عرضه شده، در دسترس گردشگران (مصرف‌کنندگان) قرار می‌گیرد و در یک محیط رقابتی ساخته می‌شود. هر چند با گذشت زمان، مقصدها، می‌تواند کاهشی در جذابیت‌هایشان (درخواست کالا) و تعداد گردشگران ورودی (سهم از بازار کالا) داشته باشند. (۲) **مفهوم گرایش‌های زیستی (بیولوژیکی)**: باتلر معتقد بود که بر اساس چرخه‌ی حیات، گونه‌های گیاهی و جانوری در جوامع حیات وحش افزایش یافته و به‌طور ناگهانی کاهش می‌یابد. لذا همانطوریکه

^۱ Mason

جمعیت به سرعت در حال رشد است خواسته‌های بیش از حد برای منابع مطرح می‌شود، از این رو مدل می‌تواند برای مقایسه مناسب کاهش یا افزایش تعداد گردشگران در مقصد بکار رود (هانگس رانجون، ۲۰۰۷: ۴). بر اساس تلفیق این دو مفهوم چرخه‌ی حیات با یکدیگر باتلر مدل خود را با توجه به تحقیقاتی که در زمینه توسعه گردشگری انجام داد با عنوان «چرخه‌ی زندگی مقصد» ارایه داد که تاکنون در مطالعات متعددی در تبیین توسعه گردشگری به کار گرفته شده است (لندروت و وانهیل^۱، ۲۰۰۱: ۹۴۷). او برای توسعه گردشگری در مقصد مراحل مختلفی را بیان کرد (باتلر، ۱۹۸۰) (فرهنگی و محب علی، ۱۳۷۷) (کاتلر، ۱۳۸۳) (لومسدن، ۱۳۸۰، ۳۴۴) (Moore and Whitehall, 2005) (Greiner and et al., 2004):

۱- اولین مرحله در فرآیند توسعه گردشگری، مرحله «شناسایی یا کشف» است. باتلر عقیده دارد که در ابتدا برای یک مقصد توریستی، تعداد معدودی گردشگر وجود دارد که عمدتاً دارای ویژگی‌ها و تمایلات ماجراجویانه و کشف مقصد است. تعداد گردشگران به اندازه‌ای نیست که سبب فراهم آوردن امکانات خاصی باشد، زیرا منابع درآمدی دریافتی کم است. ارتباط گردشگری با اقتصاد محلی بسیار کم است و افراد محلی، منطقه خود را در کنترل خود دارند. به همین جهت در این مرحله توسعه‌ی رخ نداده است و زیرساخت‌های مناسب تسهیلات و خدمات رفاهی و گردشگری برای گردشگران فراهم نشده است.

۲- دومین مرحله به عنوان مرحله «مداخله و درگیر شدن^۲ مردم در گردشگری» نامیده می‌شود. در این مرحله تعداد گردشگران شروع به افزایش می‌کند. در این مرحله معمولاً گردشگران با مدت اقامت کوتاه‌تر اما با تعداد بیشتری به یک مکان مقصد می‌آیند. مؤسسات تجاری شروع به احداث خدمات و امکانات تخصصی گردشگری می‌کنند. مهمانخانه‌ها و هتل‌های کوچک و مکان‌هایی برای غذا خوردن احداث می‌شود و با فراهم آوردن راهنما به فعالیت‌های گردشگری کوچک می‌پردازند. بعضی از مردم و اجتماع محلی به تدریج خود را با فعالیت‌های گردشگری و حضور گردشگران تطبیق می‌دهد.

۳- در مرحله توسعه^۳؛ در این مرحله با استفاده از ظهور بازارهای مشخص و تعریف شده، افزایش کنترل و سرمایه گذاری خارجی، کاهش در مشارکت و کنترل محلی و تبلیغات سنگین ساخته می‌شود.

۴- مرحله چهارم با عنوان مرحله «تثبیت^۴ یا بلوغ^۵» نامیده می‌شود. در این مرحله بخش عمده‌ای از اقتصاد مقصد وابسته و متکی به گردشگری می‌باشد. تسهیلات و کسب و کارهای عمده ارایه‌دهنده خدمات گردشگری در این مرحله بطور ویژه محل‌های اقامتی می‌باشد و فصل گردشگری در آن طولانی تر شده و به واسطه آن تعداد گردشگران به اوج می‌رسد. بنابراین، آنچه در این مرحله اهمیت

¹ Lundtorp & Wanhill

² Involvement

³ Development

⁴ Consolidation

⁵ Stagnation

دارد این است که سطح توسعه گردشگری بیش از ظرفیت‌های کشش محیطی، اقتصادی و اجتماعی مقصد است و سبب زوال رفتن محصول گردشگری به واسطه رشد آثار منفی گردشگری می‌شود. این رویداد ممکن است از طریق راهبردهایی مانند کاهش تعداد بازدیدکنندگان و یا حفظ جاذبه‌ها در مقابل تخریب‌ها مدیریت شود و در غیر این صورت به مرور زمان از جذابیت مقصد گردشگری کاسته می‌شود.

۵- مرحله «رکود»^۱ مرحله بعدی است. در مرحله رکود مقصد تقاضای خود را تا حدودی از دست داده و گردشگران مراجعه‌کننده معمولاً تکراری هستند و افراد جدید کمتر مشاهده می‌شوند. مقصد ممکن است دارای امکانات بالای گردشگری باشد، اما موجب افزایش در تعداد گردشگران ورودی نشود. مقاصدی که به این مرحله رسیده اند دارای دو انتخاب هستند: افول یا احیاء مجدد.

۶- مرحله «افول/احیاء» مرحله آخر این مدل است. ممکن است مرحله رکود برای مدتی وجود داشته باشد و پس از آن، ممکن است دو حالت افزایش و یا کاهش در تعداد گردشگران مراجعه‌کننده به وجود آید. حالت کاهش زمانی وجود می‌آید که گردشگرانی که مکرر می‌آیند با محصولاتی که عرضه می‌شود راضی نباشند. افزون بر این در این مرحله معمولاً تلاشی توسط کسانی که فعالیت گردشگر را در مقصد کنترل می‌کنند، صورت نمی‌گیرد و یا تلاش‌ها ناموفق هستند. رفتار مردم نسبت به گردشگری حالت مطلوبی نداشته باشند به ویژه مردم محلی واگرایی نسبت به گردشگری داشته باشند و کسانی که جدیداً در صنعت گردشگری شروع به رقابت می‌کنند، مخصوصاً با «فرصت‌های مداخله‌گر» شروع به منحرف کردن و تسخیر بازارهای سنتی گردشگری می‌کنند. با کم شدن تعداد گردشگران، هتل‌ها و امکانات تخصصی کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. همچنین در مدل باتلر بعد از مرحله رکود؛ مرحله تجدید ساختار اتفاق می‌افتد. به عقیده باتلر تجدید ساختار زمانی اتفاق می‌افتد که محصولات جدید گردشگری عرضه شده و یا تصویری جدید متفاوت از مقصد برای مردم به وجود آید که وابسته به راهبردی اندیشیده شده و برنامه‌ریزی و مدیریت راهبردی و بکارگیری استراتژی‌های مناسب می‌باشد (بروکر و برگس^۲، ۲۰۰۸: ۲۸۲).

جمع‌بندی نظریه‌ای

باعنایت به آنچه آمد، می‌توان گفت، در دهه‌های اخیر، جهان شاهد شکل‌گیری تدریجی سیستم اقتصادی یکپارچه جهانی است. بنابراین کلیه بخش‌های اقتصادی باید در کوتاه‌ترین زمان ممکن قادر به ارائه خدمات تولیدی و محصولات با کیفیت بالاتر، هزینه کمتر، زمان انتظار کوتاه‌تر و در نهایت انعطاف‌پذیر باشند. صنعت گردشگری روستایی نیز به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین و جدیدترین شیوه‌های اقتصادی مرتبط با مناطق روستایی از این امر مستثنی نیست. این بخش نیز باید محصولات و خدمات

¹ Decline

² Brooker & Burgess

مبتنی بر دانش، هوشمند، قابل انطباق با نیازهای مشتری، سفارشی تر را با چرخه‌ی عمر کوتاه‌تری ارائه دهد. زمانی این اتفاق امکان رخ دادن دارد که گردشگری روستایی در فرایند توسعه خود در دوره بلوغ و تعادلی توسعه قرار گیرد. در این مرحله است که گردشگری روستایی در زمانی کوتاه‌تر، با کیفیت‌تر، کم هزینه‌تر، منطبق با نیاز مشتری بوده و نتیجه آن شکل‌گیری توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌باشد. از آنجا که رسیدن چرخه‌ی توسعه گردشگری روستایی به دوره بلوغ بسیار سخت و طاقت فرسا بوده و نیاز به صرف هزینه‌های مادی، معنوی و زمانی زیادی می‌باشد، در نتیجه در دوران بلوغ تلاشی مضاعف می‌طلبد تا چرخه‌ی گردشگری روستایی سیر نزولی پیدا نکرده بلکه در دوره‌های زمانی مختلف با ارزیابی درون بخشی و بین بخشی آسیب‌شناسی‌های عمیق و دقیقی از فرایند توسعه گردشگری روستایی انجام شده و با به روز رسانی نیازهای توسعه ای گردشگرها به عنوان مشتریان و محور تقاضا، جهش توسعه صورت گیرد. اگر توسعه گردشگری روستایی بدون مواجهه با هر گونه چالش و در شرایط متعادل به سیر توسعه‌ای خود در گستره زمان ادامه دهد مسیر حرکت آن با یک منحنی کاملاً نرمال نشان داده خواهد شد. از طرفی دیگر بر اساس نظریه سیستمی هر منحنی نرمال از چهار دوره تکاملی اساسی تشکیل شده است: دوره شروع، دوره رشد و صعود، دوره بلوغ و اشباع، دوره زوال و پیری. بر این اساس در صورتی که هر دوره توسعه صنعت گردشگری روستایی به صورت یک نمودار نرمال فرض شود، آنگاه از یک نقطه‌ای شروع خواهد شد و با هزینه‌های زیرساختی زیاد، تولید اندک و ... به رشد خواهد رسید که در آن بهره‌وری حداکثر خواهد بود ولی باز هزینه‌ها زیاد می‌باشد. پس از این دوره رشد دوره بلوغ می‌باشد که در آن بهره‌وری به حد تعادل می‌رسد و با هزینه کمتر سودها در جنبه‌های مختلف بالا می‌باشد. پس از آن بر اساس چرخه‌ی حیات یک سیستم، توسعه گردشگری روستایی دوران افول و پیری خود می‌رسد. در این دوره گردشگری آثار ناپایداری را بر محیط روستایی و به‌ویژه محیط زیست آن تحمیل خواهد نمود و دوره انتقادات آغاز می‌شود.

با توجه به پیوند و رابطه متقابل بین توسعه گردشگری و پایداری در مناطق روستایی، چرخه حیات توسعه گردشگری مناطق روستایی شکل دهنده چرخه‌ی حیات گردشگری پایدار مناطق می‌باشد. زیرا در کشورهای درحال توسعه و به‌ویژه کشور ما که اقتصاد روستایی وابسته به بخش کشاورزی می‌باشد، توسعه صنعت گردشگری می‌تواند شکل دهنده روند و چرخه‌ی حیات روستایی نیز باشد. از سویی دیگر، چرخه یک الگوی گردشگری پایدار روستایی می‌تواند با استفاده مناسب از ظرفیت‌های موجود در این بخش و ارزیابی‌های پیوسته برای آسیب‌شناسی فرایند توسعه گردشگری و آینده‌نگری، از افول و پیری جلوگیری نموده و در دوران بلوغ به یک جهش توسعه‌ای منجر شود. در اینجا می‌توان گفت که یک هم افزایی توسعه‌ای میان توسعه گردشگری روستایی و شکل‌گیری و توسعه پایدار در مناطق روستایی و در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی شکل گرفته که خود می‌تواند از زوال توسعه صنعت گردشگری روستایی جلوگیری کرده و به توسعه روستایی نیز کمک کرده است. بنابراین بر اساس مدل چرخه‌ی حیات، توسعه گردشگری روستایی در

هر مرحله تکاملی خود دارای ویژگی‌های خاص خود خواهد بود که آن را از سایر دوره‌های متمایز می‌سازد. لذا با توجه به وضعیت موجود توسعه مقصدهای تفرجگاهی کشور (به‌ویژه عدم موفقیت در بالفعل نمودن توان بالقوه این مقصدها برای پاسخگویی به تقاضای فزاینده داخلی و جذب گردشگران خارجی در روستاهای تاریخی- فرهنگی) شناخت جایگاه فعلی مقصدهای تفرجگاهی و تعیین الگوی مناسب مدیریت و برنامه‌ریزی، یک ضرورت است. زیرا شناخت چرخه‌ی عمر مقاصد گردشگری می‌تواند به مدیران و برنامه‌ریزان در رونق بخشی به توسعه پایدار گردشگری کمک کرده و از زوال و ناپایداری گردشگری جلوگیری کند.

روش شناسی تحقیق

روش تحقیق مقاله حاضر توصیفی- تحلیلی بر پایه مطالعات اسنادی- کتابخانه‌ای و مشاهده میدانی و تحلیل داده‌ها با مدل چرخه‌ی حیات می‌باشد. همانطوریکه در ادبیات تحقیق گفته شد، هر مقصد گردشگری در روند توسعه خود دارای مراحل مختلفی از جمله مرحله کشف، مداخله و درگیر شدن، تثبیت، رکود و در نهایت افول/ یا تجدید ساختار است که به آن «چرخه‌ی حیات مقصد» گفته می‌شود. هریک از این مراحل دارای ویژگی‌های است که درک و فهم آن می‌تواند علاوه بر تبیین وضعیت و جایگاه مقاصد گردشگری، به روشن نمودن جنبه‌های مختلف گردشگری آن مقصد کمک کرده و یک مسیر روشن در راستای برنامه‌ریزی برای پایداری گردشگری فراهم نماید. در این راستا در ادامه این مراحل در قالب پاسخگویی به سوال کلیدی تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. به این منظور برای تبیین جایگاه فعلی روستاهای مورد مطالعه در فرآیند چرخه حیات گردشگری به بررسی و تحلیل شاخص‌های هر مرحله از چرخه حیات گردشگری پرداخته شده است، لازم به ذکر است که جهت فراهم نمودن اطلاعات مورد نیاز برای تحلیل و سنجش چرخه‌ی حیات روستاها، اقداماتی همانند استخراج شاخص‌ها از ادبیات و تجارب داخلی و خارجی، گردآوری اطلاعات اسنادی و میدانی و تشکیل پایگاه داده‌ها، هم جهت و هم علامت کردن شاخص‌ها، بی‌مقیاس کردن شاخص‌ها، محاسبه ضریب اهمیت شاخص‌ها در هر مرحله به صورت جداگانه، تجمیع و تلفیق نمرات شاخص‌ها صورت گرفته است. در نهایت وضعیت و جایگاه فعلی روستاهای تاریخی- فرهنگی با توجه به محاسبه امتیازات نهایی به‌دست آمده برای آنها و نحوه قرارگیری این روستاها در طبقات مختلف بر اساس ارزش‌های به دست آمده در مراحل مختلف چرخه‌ی حیات گردشگری مشخص شد (جدول ۱).

جدول ۱: طبقات مقیاس گذاری مراحل چرخه‌ی حیات گردشگری^۱

مرحله	ارزش	معادل	وضعیت
۱	۲۵-۰	۲۵-۰	مرحله اکتشاف
۲	۵۰-۲۶	۵۰-۲۶	مرحله مداخله و درگیری
۳	۷۵-۵۱	۷۵-۵۱	مرحله توسعه
۴	۱۰۰-۷۶	۱۰۰-۷۶	مرحله تثبیت
۵	۱۰۰ تا (-۵۰)	۱۰۰ تا (-۵۰)	مرحله رکود/افول
۶	۵۰-۱۰۰	۵۰-۱۰۰	تجدید حیات و احیا

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

لازم به ذکر است که به منظور عملیاتی نمودن سوال تحقیق، از ۳۹ شاخص در قالب پرسشنامه استفاده شده است که روایی آن از طریق صاحب نظران و متخصصان مورد تایید قرار گرفت. از نظر سنجش پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفا کرنباخ استفاده گردید که در مجموع اعتبار پرسشنامه به میزان ۸۷/۶٪ بدست آمد و سپس بر مبنای تکنیک دلفی، از مردم، مسئولان و گردشگران به عنوان نمونه‌های تحقیق، در روستاهای تاریخی- فرهنگی کشور در سال ۱۳۸۹ تکمیل گردید: (الف) حجم نمونه انتخابی از سرپرست خانوارها (مردم محلی): بر طبق آمارگیری سال ۱۳۸۵ کل کشور تعداد کل جمعیت روستاهای نمونه برابر با ۹۴۲۶ نفر و تعداد ۲۲۷۶ خانوار برآورد شده که بر طبق فرمول نمونه‌گیری کوکران با احتمال ۹۵/۵، تعداد ۴۱۶ سرپرست خانوار (نفر) بعنوان نمونه آماری تحقیق از مردم انتخاب شده که در مجموع ۳۸۷ نفر به پرسشنامه پاسخ دادند (جدول ۲).

جدول ۲: انتخاب حجم نمونه به تفکیک هر یک از روستاها

نام روستا	استان	سال ۱۳۸۵		تعداد پرسشنامه دریافت شده
		خانوار	جمعیت	
ایبانه	اصفهان	۱۶۰	۳۰۵	۴۵
میمند	کرمان	۱۸۱	۶۷۳	۴۸
اورامان تخت	کردستان	۶۴۴	۲۷۷۶	۷۰
لافت	هرمزگان	۷۶۵	۳۸۹۹	۸۶
انبوه	گیلان	۱۷۷	۶۱۳	۴۸
کندوان	آذربایجان شرقی	۱۶۸	۶۰۱	۴۴
ماسوله	گیلان	۱۸۱	۵۵۹	۴۶
کل روستاها		۲۲۷۶	۹۴۲۶	۳۸۷

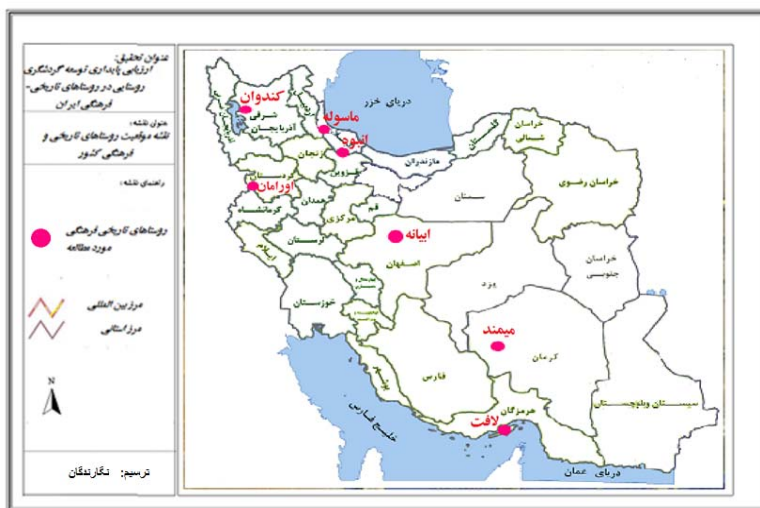
منبع: مرکز آمار، ۱۳۸۵ و محاسبات تحقیق حاضر

^۱ ارزش گذاری بر اساس محور مختصات ریاضی انجام پذیرفته است. به طوری که مدل چرخه حیات مطرح شده در چارچوب نظری از طریق ارزش گذاری بر روی محور مختصات، ارزش گذاری شد تا امکان عملیاتی سازی مطالعه شکل گیرد.

ب) حجم نمونه انتخابی از گردشگران: به‌منظور انتخاب نمونه از بین گردشگران، برآوردی از میزان ورود گردشگران به روستاهای مورد مطالعه از مسئولین استانی مرتبط به دست آورد شد و سپس از میانگین ماهیانه آنها که تعداد ۱۰۰۰۰ را شامل می‌شود، تعداد ۳۶۵ بعنوان نمونه انتخاب گردید. توزیع آنها در بین روستاها بر اساس اصل برابری و به تعداد ۵۲ نمونه بوده است.

ج) حجم نمونه انتخابی از مسئولان: برای انتخاب نمونه از بین مسئولان نهادها و دستگاه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی محیطی مرتبط با روستا، توسعه روستایی و گردشگری (میراث فرهنگی و گردشگری، شورای اسلامی روستایی، دهیاری، بنیاد مسکن، منابع طبیعی، بخشداری) که تعداد کل جامعه آماری در این گروه تعداد ۵۰ نفر می‌باشد.

سطح قلمرویی مورد مطالعه شامل کل ایران بود و روستاهای نمونه مورد مطالعه شامل ۷ روستای تاریخی- فرهنگی کشور (ماسوله، کندوان، اورامان تخت^۱، ایبانه، میمند، انبوه و لافت)^۲ می‌باشد (شکل ۳).



شکل ۳: موقعیت جغرافیایی روستاهای مورد مطالعه

منبع: نگارندگان

روستاهای مورد مطالعه با توجه شاخص‌ها و عوامل تعیین کننده عملکرد گردشگری، همانند دارا بودن آثار ثبت شده ملی و جهانی، دارا بودن بافت تاریخی و یا سبک معماری خاص یا مراسم فرهنگی تعریف شده در زمان خاص، دارا بودن جمعیت ثابت، و همچنین دارای حوزه کنش ملی و بین‌المللی

^۱ در سال ۱۳۹۰ یعنی بعد از جمع‌آوری داده به شهر تبدیل شده است.

^۲ مراجعه به روستاهای نمونه با در نظر داشتن فصلی بودن گردشگری، در اوج گردشگری هر یک از روستاها انجام گرفت. به جزء روستایی لافت و میمند که با توجه به شرایط جغرافیایی و اقلیمی در فصل زمستان مراجعه گردید سایر روستاها در فصل بهار و تابستان به جمع‌آوری داده پرداخته شد.

انتخاب شده‌اند. به لحاظ ویژگی‌های طبیعی روستاهای مورد مطالعه اغلب در مناطق کوهستانی (به‌جزء روستای لافت) و خوش آب و هوا واقع شده‌اند. از نظر منابع و جاذبه‌های گردشگری، روستاهای میمند و کندوان دارای بافتی تاریخی با خانه‌هایی دست‌کند در دل صخره و کوه می‌باشند و روستای ایبانه، اورامان و انبوه دارای بافت و معماری تاریخی و مراسم فرهنگی و پوشاک محلی هستند و روستای ماسوله علاوه بر بافت سنتی و محلی دارای جاذبه‌های طبیعی فراوانی است.

از اینرو، این روستاها به سبب داشتن جاذبه‌های فراوان تاریخی، فرهنگی و طبیعی برخوردار بودن قدمت بسیار طولانی از یک سو فرصتی را برای تامین نیاز فزاینده گردشگران و علاقه‌مندان به فضاهای تاریخی و جذاب را ایجاد کرده و از سوی دیگر زمینه تجدید حیات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش را از این طریق فراهم ساخته‌اند و از این طریق توانسته‌اند گردشگران داخلی و بین‌المللی بی‌شماری را به خود جذب نمایند. اهمیت جاذبه‌های روستاهای تاریخی و فرهنگی کشور به اندازه‌ای است که در یک نمونه کوچک آن روستای باستانی و سه هزار ساله میمند از طرف یونسکو جایزه ۲۰ هزار دلاری بین‌المللی (ملینا مرکوری) را به دلیل حفظ میراث و مدیریت مداوم زندگی به خود اختصاص داده است. این در حالی است که با بررسی‌های انجام گرفته از این روستاها مشاهده می‌گردد که متأسفانه از فرصت‌های حاصل از گردشگری برای توسعه این مناطق بهره‌برداری مناسبی نشده و در مقابل تهدیدهای آن بعضاً تحقق یافته است. به‌طوری که هم‌اکنون ایبانه و میمند به نمایشگاه توریستی تبدیل شده‌اند که تنها برای افرادی که به آنجا می‌آیند زنده هستند و کندوان در حال تبدیل شدن به یک منطقه غیرمسکونی است و ساکنان این روستاها از یکسو با فشار سازمان‌های متولی گردشگری کشور برای باقی ماندن در همان شکل سنتی خود و از سوی دیگر با تامین نیازهای معیشتی خود روبرو هستند که با امکانات زندگی مدرن امروزی با سهولت بیشتری مرتفع می‌شود. علاوه بر این روستاهای تاریخی - فرهنگی کشور با چالش‌های دیگری از قبیل تخریب آثار تاریخی و بافت کهن روستاها، از بین رفتن آداب و رسوم و مراسم فرهنگی، مهاجرت ساکنین و متروک شدن تعدادی از خانه‌ها، احداث بناهایی جدید با معماری غیرمعارف بومی و محلی، توجه، آلودگی، از بین رفتن حیات جانوری و ... روبرو هستند که ضرورت شناخت و ارزیابی عوامل ناپایداری به‌منظور یافتن راه‌حلی برای پایدار کردن توسعه و حفاظت از آنها را دو چندان می‌نماید (جدول ۳).

جدول ۳: موقعیت و مشخصات کلی جغرافیایی، اجتماعی و گردشگری روستاهای مورد مطالعه

نام روستا	موقعیت جغرافیایی، سیاسی و اداری				ارتفاع از سطح دریا	جمعیت (۱۳۸۵)		جاذبه ثبت ملی و جهانی	بافت تاریخی و سنتی	مراسم فرهنگی خاص
	استان	شهرستان	بخش	دهستان		تعداد جمعیت	تعداد خانوار			
ماسوله	گیلان	فومن	سردار جنگل	ماسال	۱۰۵۰	۵۵۹	۱۸۱	✓	✓	
کندوان	آذربایجان شرقی	اسکو	مرکزی	سهند	۲۴۰۰	۶۰۱	۱۷۶	✓	✓	
ابیانه	اصفهان	نطنز	مرکزی	بزررود	۲۲۲۰	۳۰۵	۱۶۰	✓	✓	
میمند	کرمان	شهربابک	مرکزی	میمند	۲۲۴۰	۶۷۳	۱۷۱	✓	✓	
لافت	هرمزگان	قشم	مرکزی	حومه	۱۰	۳۸۹۹	۷۶۵	✓	✓	
اورامان	کردستان	سروآباد	اورامان	اورامان تخت	۱۴۵۰	۳۰۰۰	۶۴۱	✓	✓	
انبوه	گیلان	رودبار	عمارلو	کلیشم	۱۳۰۰	۶۱۳	۱۷۷	✓	✓	

منبع: مرکز آمار، ۱۳۸۵

تجزیه و تحلیل

همانطوری که گفته شد، به‌منظور بررسی و ارزیابی مراحل توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، در ابتدا شاخص‌های مبین وضعیت روستاها بر مبنای ادبیات توسعه پایدار گردشگری روستایی تدوین و طراحی شدند و سپس شاخص‌ها و معرف‌های مذکور در جامعه نمونه تحقیق (که تعداد آنها از طریق روش کوکران برآورد گردید) از دیدگاه هر سه گروه یعنی سرپرست خانوار (۳۸۷ نفر)، مسئولان محلی شامل شورا، دهیار و مدیران میراث فرهنگی روستاها (۵۰ نفر) و گردشگران (۳۶۵ نفر) مورد بررسی قرار گرفته است و اطلاعات مورد نیاز دیگر در فصل اوج گردشگری از طریق پرسشنامه روستا (داده‌های ثانویه) به دست آمد و در تحلیل چرخه‌ی حیات روستاها به‌کار گرفته شدند. پس از گردآوری و پردازش اطلاعات، برای تک تک شاخص‌های و معرف‌های طرح شده در قبل، ارزش‌های واقعی از

طریق داده‌های اولیه و ثانویه محاسبه گردید و در نهایت این شاخص‌ها جهت تسهیل در تحلیل‌های بعدی تبدیل به شاخص کمی شدند. بنابراین، نوع شاخص‌ها با توجه ماهیت مطالعه، کمی و کیفی بوده است.

برای محاسبه شاخص‌های نهایی برای تحلیل چرخه‌ی حیات گردشگری روستاهای مورد مطالعه، ابتدا کمیت‌های مختلف حاصل شده از معر ف‌ها به داده‌های نسبی بی مقیاس تبدیل گردید. برای انجام این کار میزان حداقل و حداکثر هر معرف معین شد و دامنه تغییرات به‌دست آمد. سپس مقدار حداقل از مقدار عددی هر معرف کم و حاصل بر دامنه نوسانات تقسیم گردید تا داده‌های نسبی بی‌مقیاس بین صفر تا یک به‌دست آید. در نهایت از داده‌های نسبی حاصل شده به‌عنوان معیار مورد استفاده در ارزیابی چرخه‌ی حیات گردشگری در هر یک از مراحل منظور گردید (جدول ۴).

جدول ۴: وضعیت روستاهای نمونه از نظر شاخص‌های ارزیابی مراحل چرخه‌ی حیات

مراحل	شاخص‌ها	مسلوله	کسنوان	ایینه	میمنند	لافت	اورامان	انبوه
مرحله آشناسف	متوسط تعداد گردشگران در روز	۳/۳۵	۳/۳	۰/۱۹	۰/۱۳	۰/۱۱	۰/۰۵	۰/۰۴
	درصد گردشگران انفرادی و ماجراجو	۰/۷۶	۰/۸۷	۰/۰۵	۱/۰۳	۰/۷۶	۱/۷۲	۱/۳۴
	میزان تماس بین مردم و گردشگران	۰/۷۹	۰/۹۸	۱/۳۱	۱/۳۶	۰/۶۳	۱/۰۶	۰/۹۸
	میزان افزایش تعداد گردشگران	۰/۹۳	۱/۰۵	۰/۷۳	۱/۰۵	۱/۰۷	۱/۱۷	۱/۰۱
	تعداد امکانات اقامتی و پذیرایی و تفریحی	۳/۴۳	۱/۲۸	۰/۰۸	۰/۵۵	۰/۳۱	۰/۵۲	۰/۳۱
مرحله برگیر شدن و مداخله جامعه محلی در گردشگری	درصد گردشگران با اقامت شبانه	۱/۸۷	۰/۸۶	۰/۹۵	۰/۹۷	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۵۲
	سطح مشارکت مردم محلی در توسعه گردشگری	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۹۲	۱/۰۸	۱/۰۹	۱	۱/۰۳
	میزان علاقه مردم به توسعه صنعت گردشگری	۱/۰۷	۰/۹۵	۰/۸۳	۱/۱۶	۰/۹۸	۱/۰۶	۰/۸۶
	نگرش مردم نسبت به گردشگران	۰/۹۱	۱/۱۹	۰/۸۶	۰/۹۹	۱/۰۹	۰/۸۴	۱/۰۳
	وجود الگوی فصلی گردشگری در روستا	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
	توسعه بازار / بازارچه در مقصد	۱/۷۵	۱/۷۵	۱/۷۵	۰	۰	۱/۷۵	۰
	سطح تبلیغات و بازاریابی توسط مردم در روستا	۰/۹۶	۰/۹۶	۱/۲	۱/۴	۱/۱۵	۱/۰۵	۰/۶۴
	تعداد زیرساخت‌های توسعه یافته از گردشگری	۱/۳	۱/۰۴	۱/۳	۱/۳	۱/۰۴	۰/۵۲	۰/۵۲

ادامه‌ی جدول ۴: وضعیت روستاهای نمونه از نظر شاخص‌های ارزیابی مراحل چرخه‌ی حیات

مراحل	شاخص‌ها	مسلوله	کندوان	آینانه	میمنند	لافت	اورامان	آنبوه
مرحله توسعه	سطح مشارکت مردم محلی در برنامه ریزی و توسعه	۱/۴۴	۰/۸۲	۱/۱	۰/۸۹	۰/۷۴	۰/۹۱	۱/۱
	درصد گردشگران گروهی و سازمان یافته به کل گردشگران	۰/۹	۰/۹۷	۰/۹۹	۰/۹۲	۱/۱	۱/۱	۱/۱۲
	سطح تغییرات در ظاهر فیزیکی و طبیعی روستا	۱/۲۳	۱/۴۶	۰/۹۲	۰/۶۹	۰/۹۲	۰/۶۹	۱/۰۷
	درصد مالکیت محلی در واحدهای گردشگری	۰/۹۱	۱/۱۱	۰/۷۷	۱	۰/۹۳	۱/۱۴	۱/۱۴
	شاخص آزردهی مردم روستا	۱/۰۲	۰/۷۶	۲/۱۶	۰/۷۶	۰/۷۶	۰/۷۶	۰/۷۶
	نسبت گردشگران به مردم محلی در فصل اوج	۳/۴۶	۳/۱	۰/۳۶	۰/۱۲	۰/۲	۰/۱	۰/۳
	توسعه منطقه تجاری تفریحی (RBD) در روستا	۳/۴۵	۳/۴۵	۳/۴۵	۰	۰	۰	۰
تثبیت	ظرفیت تحمل جامعه محلی (تعداد گردشگران به مردم محلی)	۳/۴۷	۳/۱	۰/۳۶	۰/۱۲	۰/۲	۰/۱	۰/۳
	سطح رقابت واحدهای گردشگری با دیگر مناطق اطراف	۱/۰۸	۱/۳۲	۱/۰۸	۱/۰۸	۰/۷۲	۱/۰۱	۰/۷۲
	تعداد امکانات اقامتی و رفاهی مدرن	۳/۷۴	۱/۴	۰/۹۳	۰	۰/۴۷	۰/۴۷	۰
	درصد سهم گردشگری در اقتصاد روستا	۲/۱۸	۱/۳۱	۱/۳۱	۰/۴۴	۱/۰۵	۰/۵۲	۰/۱۸
	تعداد واحدهای خدماتی ورشکسته شده یا درحال اضمحلال	۰/۴۸	۰/۹۵	۰/۴۳	۰/۹۰	۰	۰/۳۸۶	۱
رکود و ایستایی	مشکلات زیست محیطی	۱/۰۹	۱/۱۸	۱/۰۱	۱/۳۲	۱/۳۳	۰/۴۵	۰/۸۴
	مشکلات اجتماعی	۱/۳	۱/۰۵	۱/۰۶	۱/۰۶	۰/۹۳	۱	۰/۱۶
	مشکلات اقتصادی	۱/۲۸	۱/۴۴	۱/۱۷	۰/۷۹	۰/۸	۰/۷۹	۰/۷۶
	ظرفیت تحمل محیطی (تعداد گردشگران به سطح محیط روستا)	۳/۵۱	۲/۹۱	۰/۳۱	۰/۱۹	۰/۹	۰/۰۵	۰/۰۴
	متوسط تعداد گردشگران در فصل اوج گردشگری	۳/۳۵	۳/۱۳	۰/۱۹	۰/۱۳	۰/۱۱	۰/۰۵	۰/۰۴
	درصد گردشگرهای گروهی برنامه ریزی شده	۱/۹	۱/۳۹	۱/۳۷	۱/۵۲	۰/۳۴	۰/۳	۰/۲۸
	نظر مردم محلی بازدید کننده مزاحم و آزار دهنده	۰/۹۳	۱/۰۹	۱/۳۱	۰/۹۵	۱/۰۲	۰/۸	۱

ادامه‌ی جدول ۴: وضعیت روستاهای نمونه از نظر شاخص‌های ارزیابی مراحل چرخه‌ی حیات

مراحل	شاخص‌ها	ماسوله	کندوان	ایبانه	میمند	لافت	اورامان	انبوه
چرخه‌ی حیات جدید	تعداد جاذبه‌های انسانساخت جدید و مدرن همانند پارک‌های موضوعی
	تعداد پروژه‌های زیباسازی توسعه و احیای مجدد جاذبه‌ها
	بهره برداری از منابع بکر طبیعی به جا مانده از قبل
مرحله افول احیا مجدد	افول	کاهش سریع تعداد بازدید کنندگان
		کاهش میزان سود واحدهای تجاری و توریستی
	اشباع ظرفیت مقصد توسط صنعت گردشگری
	سطح بالای تبلیغات در جذب گردشگران	۰/۹۶	۰/۹۶	۱/۲	۱/۴	۱/۱۵	۱/۵	۰/۶۴

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

تبیین جایگاه روستاها در چرخه حیات گردشگری

پس از محاسبه نمرات شاخص‌ها، امتیازات نهایی این شاخص‌ها که یک عدد برای هر روستاها می‌باشد به دست آمد. لازم به ذکر است که در اینجا، امتیازات نهایی محاسبه شده هر روستا در بین مراحل چرخه‌ی حیات گردشگری تبیین کننده جایگاه فعلی روستاها در مراحل چرخه‌ی حیات آن روستا می‌باشد (جدول ۵).

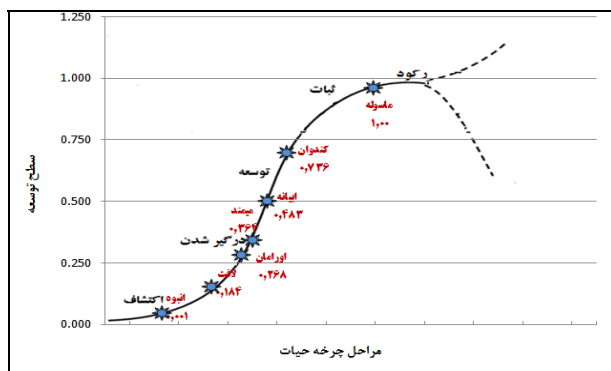
جدول ۵: نتایج تحلیل اطلاعات برای هر روستا به تفکیک مراحل چرخه‌ی حیات

نام روستا	میانگین	امتیاز نهایی محاسبه شده	وضعیت قرارگیری در مراحل چرخه حیات	امتیاز کل برای کلیه روستاها	مرحله چرخه حیات
کندوان	۵/۳۱	۰/۷۳۶	توسعه	۰/۴۴۴	درگیری
ایبانه	۴/۱۲۱	۰/۴۸۳	درگیری		
ماسوله	۶/۵۶۱	۱	تثبیت		
میمند	۳/۶۰۷	۰/۳۶۴	درگیری		
اورامان	۲/۹۷۸	۰/۲۶۸	درگیری		
لافت	۲/۷۷۲	۰/۱۸۴	کشف		
انبوه	۱/۹۲۴	۰/۰۰۱	کشف		

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که توسعه و شکل‌گیری گردشگری در روستاهای مورد مطالعه یکنواخت نبوده و روستاهای مورد مطالعه در مراحل مختلف چرخه‌ی حیات گردشگری قرار دارند. به‌طوریکه برخی از این روستاها همانند ماسوله با کسب بالاترین امتیاز برابر با ۱/۰۰ در مرحله تثبیت قرار گرفته است و روستای کندوان در بین مراحل چرخه‌ی به ترتیب با امتیاز برابر با ۰/۷۳۶ در مرحله توسعه قرار دارد.

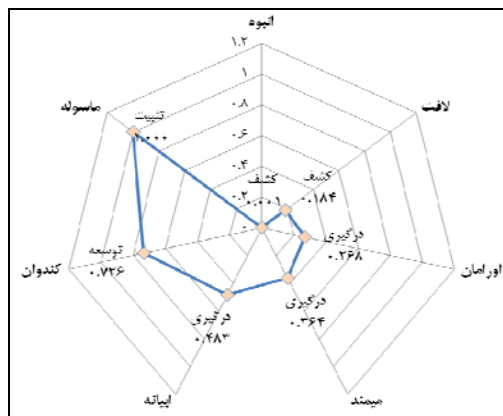
با توجه امتیازات به‌دست آمده می‌توان گفت که روستاهای ابیان، میمند و اورامان (به ترتیب امتیازهای ۰/۴۸۳، ۰/۳۶۴ و ۳/۲۶۸)، در مرحله دوم چرخه‌ی حیات یعنی مرحله مداخله و درگیری مردم در گردشگری می‌باشند. این در حالی است که روستاهای لافت و انبوه با توجه به امتیازات (۰/۱۸۴ و ۰/۰۰۱) به‌دست آمده، در مرحله اول چرخه‌ی حیات یعنی مرحله کشف قرار دارند (شکل ۴).



شکل ۴: چرخه‌ی حیات گردشگری مقصد و جایگاه روستاهای نمونه در مراحل آن

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

روستای ماسوله با بالاترین امتیاز در بین مراحل چرخه‌ی حیات، در مرحله تثبیت می‌باشد، چرا که دارای بالاترین تعداد گردشگر ورودی و بیشترین قدمت تاریخی و با امکانات و تسهیلات نسبتاً خوبی می‌باشد. همچنین روستای انبوه با کمترین امتیاز نهایی به دست آمده در مرحله کشف واقع شده است. لازم به ذکر است این روستا با توجه به وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی در آن، به لحاظ جذب امکانات و خدمات و نیز جذب گردشگر ناموفق بوده است (شکل ۵).



شکل ۵: وضعیت روستاهای مورد مطالعه در مراحل چرخه‌ی حیات گردشگری مقصد

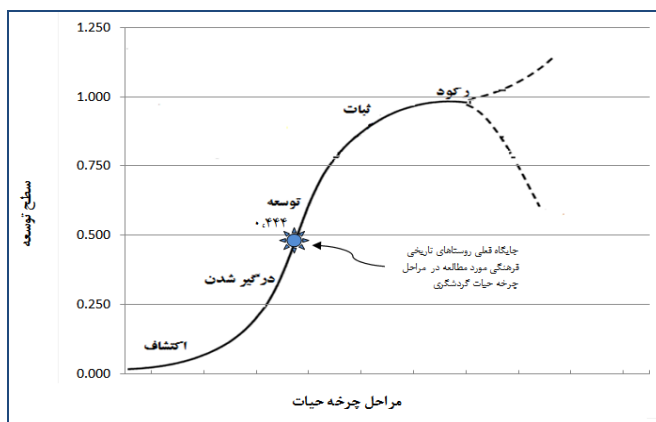
منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همچنین با توجه به نتایج به دست آمده از محاسبه امتیاز نهایی برای کلیه روستاها مشخص گردید که روستاهای مورد مطالعه در مرحله درگیر شدن و مداخله در صنعت گردشگری خویش با امتیازی برابر با ۰/۴۴۴ می‌باشند (جدول ۶) (شکل ۶). به عبارت دیگر نتایج حاصله به معنای قرار گرفتن روستاهای مورد مطالعه در مرحله درگیری و گذار به مرحله توسعه می‌باشند. بر این اساس بایستی تدابیر و برنامه‌ریزی‌های لازم اندیشیده شود تا از عوامل ناپایدار کننده توسعه گردشگری در این روستاها جلوگیری و عوامل پایدار کننده را تقویت نمود.

جدول ۶: نتایج امتیاز نهایی برای کلیه روستاها و وضعیت آنها در چرخه‌ی حیات گردشگری

وضعیت قرارگیری در مراحل چرخه حیات	مرحله اکتشاف	
مرحله درگیری	۰/۴۴۴	امتیاز نهایی برای کلیه روستاها

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



شکل ۶: چرخه‌ی حیات گردشگری و جایگاه فعلی روستاهای مورد مطالعه در آن

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بر اساس ادبیات نظری، استفاده از مفهوم چرخه حیات می‌تواند به شناسایی جایگاه توسعه‌ای گردشگری وضع موجود مقصدهای گردشگری در طول چرخه زندگی و آرایه تصویری واضح و دقیق‌تر در خصوص اقدامات و تمهیدات در آینده کمک کند. زیرا با مشخص شدن جایگاه فعلی روستاها به‌لحاظ توسعه گردشگری، نشان‌دهنده اقدامات بعدی برای ورود یا دوری از مرحله بعدی در چرخه حیات می‌باشد. به‌عنوان نمونه اگر مقصدی به لحاظ چرخه‌ی حیات در مرحله بلوغ باشد می‌تواند با انجام اقدامات لازم و مرتبط، به تداوم حیات مقصد در مرحله بلوغ گردشگری کمک کرده و زمینه‌های لازم را برای تجدید حیات فراهم سازد. بنابراین، شناخت چرخه‌ی عمر مقاصد گردشگری می‌تواند به مدیران و برنامه‌ریزان در رونق بخشی به توسعه پایدار گردشگری کمک کرده و از زوال و ناپایداری مقاصد گردشگری جلوگیری کند. بر این اساس در این مطالعه ۷ روستا با پتانسیل گردشگری تاریخی و فرهنگی در سطح ملی انتخاب گردید تا از طریق شناخت جایگاه فعلی این روستاها به لحاظ گردشگری، به برنامه‌ریزی آینده‌نگر در آنها در جهت تداوم حیات گردشگری کمک کرده و از ایجاد ناپایداری‌های گردشگری در آنها پیشگیری گردد. چرا که این روستاها به‌عنوان میراث تاریخی و فرهنگی کشور می‌باشند که توانایی جذب گردشگران بسیاری را در صورت داشتن آینده‌نگری دقیق و روشن برای تداوم حیات گردشگری در آنها، در خود دارند. برای این منظور مطالعه در سطح مسئولان، گردشگران و مردم محلی از طریق تدوین شاخص‌های ارزیابی در مراحل مختلف چرخه‌ی حیات باتر انجام گرفت که در نهایت نتایج به دست آمده از مطالعات میدانی و محاسبه امتیاز نهایی برای تعیین وضعیت و جایگاه فعلی روستاهای تاریخی- فرهنگی کشور در فرآیند چرخه‌ی حیات گردشگری خویش نشان داد که روستای ماسوله با توجه به افزایش امکانات و خدمات و افزایش تعداد گردشگران

به نسبت فضا و محیط روستا و به طبع افزایش مشکلات زیست محیطی و اجتماعی در مرحله تثبیت قرار گرفته است. روستاهای میمند، اورامان، ایبانه در مرحله درگیری بوده و عمر گردشگری در روستاهای لافت و انبوه نیز در مرحله ابتدایی یعنی کشف می‌باشد.

در مجموع با محاسبه امتیاز نهایی برای کلیه روستاهای مورد مطالعه، این روستاها در بین مراحل مختلف چرخه‌ی حیات گردشگری، در مرحل درگیری و مداخله در صنعت گردشگری خویش با امتیاز برابر با ۰/۴۴۴ می‌باشند. به عبارت دیگر نتایج حاصله به معنای قرار گرفتن روستاهای مورد مطالعه در مرحله درگیری و گذار به مرحله توسعه می‌باشند نتیجه چنین استنباط می‌گردد که این روستاها در حال حاضر با افزایش فعالیت‌های گردشگری همراه هستند و تعداد گردشگران ورودی به این روستاها در حال افزایش است. چنانکه مهمانخانه‌ها و هتل‌های کوچک همانند هتل کندوان، هتل ایبانه، مهمانسرای میمند شکل گرفته و خدمات‌رسانی به گردشگران در آنها به صورت رسمی صورت می‌گیرد و مردم این روستاها نیز به تدریج خود را با فعالیت‌های گردشگری و حضور گردشگران تطبیق داده‌اند. لازم به ذکر است که با توجه به نتایج به دست آمده برخی از روستاها همانند ماسوله در مرحله تثبیت قرار گرفته است و روستای کندوان در مرحله توسعه می‌باشد و مردم این روستاها نیز به تدریج خود را با فعالیت‌های گردشگری و حضور گردشگران تطبیق داده‌اند. براین اساس پیشنهاد می‌شود تدابیر و برنامه‌ریزی‌های لازم اندیشیده شود تا از عوامل ناپایدار کننده توسعه گردشگری در این روستاها جلوگیری و عوامل پایدار کننده را تقویت نمود. در مجموع پیشنهادات مطالعه عبارتند از:

- توجه به ظرفیت تحمل مقصدهای گردشگری در توسعه
- ارائه امکانات متناسب با مرحله حیات گردشگری به روستاهای مقصد
- درگیر کردن مردم محلی به عنوان ذینفعان اصلی گردشگری
- آموزش‌های حفاظت زیست محیطی به گردشگران و مردم محلی از طریق بروشور و ...
- بومی سازی امکانات از طریق حمایت از کارآفرینان و سرمایه گذاران محلی.

منابع

۱. اردکانی، سعید سعید (۱۳۸۲). کاربرد مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ظرفیت، تحمل پذیری در توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۲: ۹۴-۶۷
۲. شعبانی فرد، محمد؛ پوراحمد، احمد؛ حسینی، علی و رشیدی، مصطفی (۱۳۸۸). بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری و مدلسازی شهرهای گردشگری پایدار از بعد کالبدی- نمونه موردی: منطقه ۱۲ تهران، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، جلد ۱۱، شماره ۱۴: ۷۴-۴۷.
۳. ضرغام بروجنی، حمید و دلشاد، علی (۱۳۹۰). آرایه الگوی مناسب توسعه گردشگری در کلاردشت. مجله علمی و پژوهشی گردشگری و توسعه، سال اول، شماره اول: ۱۷۲-۱۴۴.
۴. ضیائی، محمود و صالحی نسب، زهرا (۱۳۸۷). گونه شناسی گردشگران خانه های دوم و بررسی اثرات کالبدی آنها بر نواحی روستایی (مطالعه موردی: رودبار قصران). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۶: ۸۴-۷۱.

۵. فرهنگ‌ی، علی اکبر و محب علی، داوود (۱۳۷۷). مدیریت بازار (مدیریت بازاریابی). چاپ دوم، تهران: موسسه انتشارات امیر کبیر.
۶. کاتلر، فیلیپ (۱۳۸۳). **اصول بازاریابی**، ترجمه بهمن فروزنده، چاپ پنجم، انتشارات آتروپات.
۷. لومسدن، لس (۱۳۸۰). **بازاریابی گردشگری**، ترجمه: محمدابراهیم گوهریان، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۸. مرکز آمار ایران (۱۳۸۵). **سرشماری نفوس و مسکن**.
9. Alvares, D. and Lourenco, J. (2005). Life Cycle Modeling for Tourism Area, **Guimaraes, Portugal, University of Minho**.
10. Berry, E.N. (2001). **An Application of Butler's Tourist Area Life Cycle Theory to the Cairns Region**, Australia, 1876-1998, P.hd Thesis, School of Tropical Environment studies and Geography, James Cook University of North Queensland.
11. Brooker, E. and Burgess, J. (2008). Marketing destination Niagara effectively through the tourism life cycle, **International Journal of Contemporary Hospitality**, 20(3): 278-292.
12. Butler, R. W. (2001). The Resort Cycle, Two Decades On Tourism in the 21th century, **lessons from experience conference**, UK, London: Continuum Publishing,: 264-299.
13. Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, **The Journal of Canadian Geographer**, 24(1): 5-12.
14. Greiner, R., Mayocchi, C., Larson, S., Stoeckl, N. and Schweigert, R. (2004). **Benefits and costs of tourism for remote communities - Case study for the Carpentaria Shire in north-west Queensland**, CS IRO Sustainable Ecosystems: Townsville and Tropical Savannas, CRC: Darwin.
15. Hongsranagon, P. (2007). **Ubon Ratchathani Province and Its Involvement Stage in the Tourist Destination Life Cycle**, Ubon Rajathanee University, Available in : <http://www.ttresearch.org/pdf/49016.pdf>
16. Mason, P. (2003). **Tourism impacts planning and management**, Butterworth-Heinemann, Routledge, Oxford.
17. Mason, M. C. and DerVen Der Borg, J. (2002). **Sustainable tourism development in rural areas**, the case of the dolomite basin, Italy.
18. Moore, W. and Whitehall, P. (2005). The Tourism Area Lifecycle and Regime Switching Model, Central Bank of Barbados, Barbados, **Journal of Annals of Tourism Research**, 32(1): 112-126.
19. Prideaux, B. (2004). The Resort Development Spectrum: The Case of the Gold Coast. Australia, **Journal of Tourism Geographies**, 6(1): 26-58.
20. Swarbrooke, J. (1999). **Sustainable Tourism Management**, CABI publication, London, UK: 256-262.