

واکاوی کیفی مشکلات گردشگری روستایی با استفاده از نظریه مبنایی (مورد مطالعه: روستای شگفت سرآقاسید - شهرستان کوه‌رنگ)

مه‌دی کرمی دهکردی^۱: دانشجوی دکتری ترویج و توسعه روستایی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
حسین کوهستانی عین‌الدین: استادیار ترویج و توسعه روستایی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
مصطفی کرباسیون: استادیار ترویج و توسعه کشاورزی، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران

چکیده

در شرایطی که قرن بیستم به پایان رسیده است هنوز توسعه برخی استان‌ها با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه است. چرا که، راهبردهای گذشته در زمینه توسعه نواحی موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته‌اند مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کنند. این راهبردها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز موفق نبوده و سبب ایجاد مشکلات متعددی برای نواحی، به خصوص نواحی روستایی شده‌اند. یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری می‌باشد. هدف از انجام این پژوهش واکاوی ژرف اندیشانه متخصصان برای تدوین مدلی سامانه‌ای از موانع و مشکلات گردشگری در روستای شگفت سرآقاسید می‌باشد، لازم به ذکر است که مدل استخراجی، برگرفته از مدل پایه استخراج شده 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 تئوری بنیانی (یکی از تکنیک‌های کیفی) استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه تحقیق شامل سه دسته مطلعان روستایی^۲، گردشگران داخل و خارج استان و دسته‌ی سوم متخصصان گردشگری (کارشناسان میراث فرهنگی) بودند. روش نمونه‌گیری به صورت کاملاً هدفمند (۱۹ نفر با روش گلوله برفی) بوده که پس از انجام مصاحبه‌های عمیق، مصاحبه متمرکز، مصاحبه ساختار یافته و نیمه ساختار یافته (به عنوان ابزار جمع‌آوری اطلاعات) و در نهایت رسیدن به اشباع تئوری، اطلاعات جمع‌آوری شده و سپس به منظور تحلیل داده‌ها، مراحل کدگذاری و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوا صورت پذیرفت. نتایج حاصل از تحقیق حاضر استخراج مدل مفهومی مشکلات گردشگری روستای سرآقاسید بود که نشان داد این روستا دارای مشکلات زیرساختی، بازاریابی، بهداشت و سلامت و سایر موارد که در ادامه آورده شده است، می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، مشکلات و موانع، تحلیل کیفی، سرآقاسید، استان چهارمحال و بختیاری.

^۱. نویسنده مسئول: karami596@yahoo.com ۰۳۸۱۳۳۸۵۰۶۲

^۲ - Key Informant

بیان مسأله:

در دهه‌های اخیر صنعت گردشگری نقش کلیدی در اقتصاد کشورها به عهده داشته است، در سال ۲۰۰۵ گردشگران و کسانی که به منظور گذراندن تعطیلات و تفریح به مسافرت رفتند، ۶۰۴ میلیون نفر و درآمد حاصل از آن (منهای هزینه‌ی حمل و نقل)، به بیش از ۸۰۰ میلیارد دلار رسید (Tourism 2020, Vision. 9). بر اساس تحقیقات مدهوشی و ناصرپور در سال ۱۳۸۲، اگر کشور ایران با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فراوان خویش بتواند تنها ۵٪ از این مسافران را جذب نماید، درآمد ایران بالغ بر ۱۲/۸ میلیارد دلار خواهد بود، که این مبلغ چیزی در حدود درآمد حاصل از فروش نفت در طول ۱ سال می‌باشد (مدهوشی و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۲). بر اساس پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری برای سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران ۱۵۶۱ میلیون نفر پیش‌بینی شده است (چشم‌انداز گردشگری جهان تا سال ۲۰۲۰: ۹). این در حالی است که در سال ۱۹۹۹ فقط نزدیک به ۱/۰۰۸ میلیون گردشگر از ایران دیدن نموده‌اند و در این میان کمتر از ۱٪ گردشگران ایران از استان چهارمحال و بختیاری که یکی از استان‌های با قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فوق‌العاده زیاد می‌باشد و ظرفیت‌های لازم را جهت توسعه صنعت گردشگری را در اختیار دارد، دیدن کرده‌اند. بر اساس سند چشم‌انداز ۲۰ ساله گردشگری ایران باید ۲۰ میلیون گردشگر خارجی تا سال ۱۴۰۴ هجری شمسی و ۲۰۲۵ میلادی داشته باشد. همچنین سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی از هفت صدم درصد در سال ۸۳ به دو درصد در سال ۱۴۰۴ برسد به گونه‌ای که ایران در سال ۱۴۰۴ سالانه نزدیک به ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی درآمد کسب کند (سایت دروازه، ۱۳۹۰). در سال ۲۰۱۰ میلادی درآمد حاصل از گردشگر ورودی به ایران حدود ۴۰۲ میلیارد دلار بوده که ۵۰۲ درصد از کل صادرات ایران را تشکیل می‌دهد و طبق پیش‌بینی سازمان جهانی شورای سفر در سال ۲۰۲۰ این رقم به ۱۰۵ میلیارد دلار می‌رسد که معادل ۴۰۲ درصد کل صادرات ایران است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۱).

توجه به آمار و ارقام مذکور بسیار تأمل برانگیز می‌باشد. لذا پژوهش و تحقیق در این حوزه بیش از پیش ضرورت می‌یابد، چرا که گردشگری یک فعالیت اقتصادی (بونی فیس، ۱۳۸۰: ۱۶۳) اجتماعی (Holden, 2000: 51) است که میراث فرهنگی و طبیعی کشورها را خرید و فروش می‌کند (موحد، ۱۳۸۶: ۲۶) و سبب ایجاد اشتغال فراوان می‌گردد (دیباپی، ۱۳۷۱: ۴۶). آمار موجود نشان می‌دهد، 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 معرفی کرده است (OECD, 2005). لذا توجه به این مقوله مهم بسیار حائز اهمیت بوده و تحقیق در این راستا ضرورت می‌یابد. کشور ایران به تصدیق سازمان یونسکو، از نظر وجود آثار تاریخی و فرهنگی در میان هشت کشور نخست جهان جای دارد و از منظر جاذبه‌های اکوگردشگری و تنوع اقلیمی جزو پنج کشور برتر دنیاست. ولی از این توانمندی‌ها به نحو مناسبی در راستای سودآوری برای منطقه استفاده نشده است (زاهدی، ۱۳۸۷: ۵۶).

در این بین، گردشگری روستایی می‌تواند یکی از گزینه‌های مناسب برای کسب درآمد و ایجاد شغل و تغییرات مثبت در درآمد روستایی در نظر گرفته شود (Augustin, 1998: 3). توسعه گردشگری روستایی به عنوان یک بخش ارزشمند و رشد یابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح می‌باشد (Sharphly, 2006: 262) و گردشگری می‌تواند به عنوان ابزاری جهت توسعه مناطق روستایی (با جاذبه‌های خاص گردشگری) باشد، چرا که این مقوله می‌تواند به عنوان یک منبع مالی جدید، وضعیت اقتصادی مردم محلی را بهبود و به عنوان منبعی در خصوص زدودن فقر باشد (Fossati et al, 2000: 32 Lee, Giaoutzi, et al, 2006. Breidenhann et al, 2004: 38).

189: *et al*, 2008) و توسعه صنعت گردشگری می‌تواند عاملی مهم در جهت رفع فقر، افزایش اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای مردم مناطق روستایی باشد (Sebele, 2010: 143) و به زبان ساده‌تر اینکه توسعه گردشگری و توسعه روستایی دو عامل مرتبط به هم بوده که توسعه هر کدام بر دیگری اثری مثبت دارد (Caslake, 1993: 12). با وجه به سؤالات مطرحه: آیا در استان چهارمحال و بختیاری مطالعه‌ای در خصوص موانع و تنگناهای گردشگری صورت گرفته است؟ آیا مشکل کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف گردشگری از زبان 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 متخصصین مرتبط با بخش گردشگری، افراد کلیدی 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 نماید.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق:

شوینسبرگ از استرالیا به نقل از دپارتمان ملی گردشگری استرالیا گردشگری روستایی چنین تعریف می‌کند گردشگری روستایی فعالیتی چند بعدی است که در محیط‌های خارج از نواحی شهری رخ میدهد و به بازدید از پدیده‌هایی که ماهیت زندگی در حومه‌ها را به نمایش می‌گذارد مربوط می‌شود (Szabo, 2005: 2). بر طبق نظر کانویو^۱ گردشگری روستایی در نواحی روستایی اتفاق افتاده که درآمد اضافی را از نظر هزینه‌ها فراهم می‌آورد و از طرفی گردشگری روستایی تعطیلات پر جنب و جوش برای مهمانان و ارایه کردن میراث فرهنگی، منابع درآمدی مختلفی را برای خانواده‌ها، به وسیله استفاده کردن از منابع محلی و نواحی روستایی جاذب فراهم می‌آورد (Ryan, 2009: 14 & Gu, 2009) (از کیمیا، ۱۳۸۷: ۵۶ و Mac Donald et al, 2003) گردشگری روستایی را به عنوان ابزاری کارآمد در جهت جلوگیری از مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها، حفظ محیط زیست و درنهایت توسعه روستایی می‌دانند (قادری، ۱۳۸۲). (Ryan et al, Su: 2011) طی تحقیقاتی در چین نشان دادند که رشد سریع گردشگری روستایی می‌تواند شرایط خوبی را برای کاهش فقر فراهم کند به دلیل این‌که مناطق روستایی چین از لحاظ تنوع کشاورزی و محیط زیست غنی هستند (Woods, 2000; Fu, 2009; Su: 2011).

با گسترش روزافزون مهاجرت‌های روستایی، کاهش درآمد خانوارهای روستایی، افول کشاورزی، نیاز به فعالیتی مکمل و در عین حال جایگزین کشاورزی، بیش از پیش در نواحی روستایی احساس می‌گردد. از این‌رو توجه به جایگاه صنعت گردشگری در توسعه روستایی، به سبب آن است که می‌توان با بهره‌گیری مناسب از منابع طبیعی و انسانی، علاوه بر امکان رشد اقتصادی، ترویج کشاورزی و تولید صنایع دستی محلی را نیز باعث شد و گامی مؤثر در جهت بهبود شرایط زیست، محیطی و پاسداشت میراث فرهنگی، بومی و آداب و رسوم محلی در روستاها برداشت (شهیدی و همکاران، ۱۳۸۸: ۹۹-۱۰۰). افزایش درآمد خانوارهای روستایی (Caslake, 1993) فروش محصولات کشاورزی (Jacobson and Robles, 1998) تولید و فروش صنایع دستی و همچنین ایجاد فرصت‌های اشتغال برابر برای ساکنان روستایی (Mellgren, 2007, Cater, 1994, Baumol, 1997, Hardin, 1998) تشکیل و توزیع متعادل سرمایه‌های عمومی در جوامع روستایی و بهبود در پروژه‌های روستایی (Kamauro, 1996) ، (Vivanco, 2002, Isaacs, 2000 و Milaren, 1998)، همچنین افزایش میزان کار برای زنان (Woods,)

¹ - Konyvea

2000، 2002، Fleischer, 2002 و Elper, 1998) و بهبود کیفیت زندگی و رضایت مندی روستایی (شهیدی اردستانی و همکاران، ۱۳۸۸، ۱۰۳) از فواید توسعه و گسترش گردشگری محسوب می‌شوند. شارپلی در تحقیق خود، تنوع اقتصاد محلی، ایجاد فرصت‌هایی برای فعالیت‌های چندگانه و بدین وسیله جلوگیری از رکود موقت را از مزایای گردشگری می‌داند (Sharphly, 2006: 292). 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 بر شمرده است (مدهوشی و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۴). همچنین، نتیجه پژوهش رستمی و محمدی‌یگانه (۱۳۸۸) گردشگری روستایی را راه‌حلی کلی برای رفع همه مشکلات نواحی روستایی نمی‌داند، اما آن را یکی از شیوه‌هایی که آثار اقتصادی مهمی دارد و می‌تواند به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی کمک کند، بر شمرده‌اند. نتایج حاصل از مطالعه‌ای دیگر حاکی از آن است که روند کنونی بهره‌برداری از طبیعت علی‌رغم برخی فعالیت‌ها و تمهیدات محدود کننده، فراتر از ظرفیت تحمل محیط بوده 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 را از عوامل مهم در راستای توسعه و پیشرفت گردشگری بر شمرده است (تجلی، ۱۳۷۹). مافی و سقایی (۱۳۸۷) یکی از عوامل بسیار مهم سفر گردشگران به مناطق متعدد علاوه بر داشتن جاذبه‌های طبیعی مناسب، وجود مسیر دسترسی و وسایل مناسب جهت حمل و نقل می‌باشد. نتایج تحقیق دهقان نشان داد که به دلیل مدیریت ضعیف و برنامه‌ریزی نادرست مسئولان به گردشگری توجه چندانی نشده و گردشگران از نظر مردم روستا افرادی غریبه‌اند که با آداب و رسوم و فرهنگ روستاییان کاملاً بیگانه‌اند (دهقان، ۱۳۸۷: ۶). ثبوتی (۱۳۸۵) در تحقیق خود تبلیغات، امکانات زیربنایی و ساختاری، آموزش مسئولان و کارگزاران و همچنین امنیت از مهم‌ترین عوامل مؤثر در امر گردشگری می‌باشد (ثبوتی، ۱۳۸۵). (Mitchell et al, 2005: 10) در نتایج تحقیق خود افزایش میزان آموزش نیروی انسانی، آموزش فعالیت‌های بازاریابی و همچنین فعالیت‌های اجتماعی را از عوامل مؤثر در خصوص افزایش سود بیشتر سازمان‌های گردشگری می‌دانند. بام و سیواز^۱، (۲۰۰۸) و هال و جانکینز^۲ (۱۹۹۵) نیز در نتایج پژوهش‌های خود، عدم توجه سازمان‌های مرتبط با صنعت گردشگری به تحقیقات آکادمیک و دانشگاهی را به عنوان یکی از موانع اصلی در این خصوص می‌دانند. شهیدی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهش خود بر مکمل بودن فعالیت‌های گردشگری در کنار فعالیت‌های کشاورزی تأکید داشته‌اند، همچنین توکلی و هدایتی (۱۳۸۷) در پژوهشی عدم سرمایه‌گذاری مناسب و کافی در بخش‌های زیربنایی، کمبود زیرساخت‌های گردشگری، ضعف شدید تبلیغات و اطلاع‌رسانی، عدم وجود نیروهای کار آزموده و مسلط به زبان‌های خارجی و عدم تابلوهای راهنمایی به زبان لاتین را جزو چالش‌های گردشگری بر شمرده‌اند. موسایی در تحقیق خود عامل اصلی در عدم جذب گردشگر را احساس ناامنی بر شمرده است (موسایی، ۱۳۸۳)، همچنین کاولی^۳ (۲۰۰۷). جهت ارزیابی ارزش افزوده محلی در رابطه با گردشگری طراحی مدل گردشگری روستا را عنوان می‌کند.

روش تحقیق:

این مطالعه از پارادایم کیفی بهره گرفته که، روشی منطقی و توأم با کل نگری است. هدف از این پژوهش، دسترسی به تصویر روشنی از مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری و در پی آن، مشکلات و موانع

¹ - Baum & Szivas,

² - Hall and Jenkins

³ - Cawely & Gillmor

روستای هدف گردشگری سرآقاسید، واقع در شهرستان کوه‌رنگ (در قالب مدل مفهومی) بود، که به منظور دسترسی به این مهم از روش گراند تئوری (تئوری زمینه‌یابی) استفاده شد. در تحقیق حاضر، مدل طراحی شده روستای هدف گردشگری سرآقاسید، برگرفته از مدل پایه استخراج شده مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری (که در شکل ۳ 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 سرآقاسید 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 روستاهای هدف و یا کانون‌های گردشگری که با استفاده از روش گلوله برفی انتخاب و با مصاحبه‌های عمیق اطلاعات کاملی از افراد مذکور به دست آمد و این مصاحبه برای هر یک از مطلعین روستاها تا نقطه اشباع تئوریک^۱ ادامه داشت.
- دسته دوم، متخصصین^۲ مرتبط با بخش گردشگری (متخصصین سازمان میراث فرهنگی استان چهارمحال و بختیاری)، مسولین کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف از جمله دهیارهای روستاهای هدف، بخشدارها، فرمانداران شهرستان‌ها و شهرداران شهرها بودند.
- دسته سوم، شامل گردشگران داخل و خارج از استان، 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 داشت.

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 نمونه‌گیری به صورت کاملاً هدفمند و با استفاده از تکنیک گلوله برفی و پس از رسیدن به اشباع تئوری صورت گرفت. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه‌های عمیق، مصاحبه‌های متمرکز و مشاهده مستقیم استفاده شد. پس از جمع‌آوری اطلاعات، 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 مطرح شده از سوی نمونه‌ها 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 طبقه‌بندی کلی برای تمامی داده‌ها دست پیدا کرده و از این طریق یک مدلی ساختارمند برای مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری و در پی آن روستای هدف گردشگری سرآقاسید استخراج گردید، لازم به ذکر است که در ابتدا مدل کلی موانع استان مشخص شده و پس از آن مدل روستای هدف گردشگری سرآقاسید استخراج گردیده است.

معرفی منطقه مورد مطالعه:

سرآقاسید یا سرسیدآقا از جمله روستاهای قدیمی کوه‌رنگ بختیاری بوده که به مانند ماسوله و برخی روستاهای کشورمان (شکل شماره ۲)، بام هر خانه‌ی آن، حیاط خانه‌ی بالایی است که چنانچه به درستی مورد توجه

^۱ - Theoritical Saturation

^۲ - Tourism Expert

قرار گیرد، یکی از بارزترین جلوه‌های طبیعت گردی ایران با جایگاهی جهانی خواهد شد. خانه‌های روستایی معمولاً فاقد پنجره و با دیوارهای ضخیم و سقف‌های مسطح بوده که با سنگ و گل و چوب ساخته شده‌اند. (شکل شماره ۱). که به نظر می‌رسد علاوه بر جنبه‌های امنیتی (حمله حیوانات وحشی، سرقت و ...)، با توجه به زمستان‌های سرد و یخبندان‌های منطقه، اصول بهینه‌سازی مصرف سوخت بهتر از امروز رعایت می‌شده است. منطقه مورد نظر دارای جمعیت ۲۵۰۰ نفر، در فاصله ۴۵ کیلومتری کوهرنگ (چلگرد) و ۱۳۰ کیلومتری شهرکرد از روستاهای دهستان موگویی بخش شوراب شهرستان کوهرنگ با ۲۵۰۰ متر ارتفاع از سطح دریا اقلیمی کوهستانی با زمستانی سرد و برفی می‌باشد. نوع زندگی مردمان آن از تعامل انسان با طبیعت نشأت گرفته است. وجه تسمیه این روستا نیز به خاطر امامزاده ای است که مقبره آن در پایین روستا قرار دارد و چون روستا به صورت پلکانی در بالای این امامزاده شکل گرفته به این روستا "سراقاسید" می‌گویند. مردم روستا از ایل چهار لنگ وزبان آنها لری بختیاری بوده و فرهنگ حاکم بر روستا فرهنگ سنتی و بومی است. این روستا از معدود روستاهایی است که مردم آن به ویژه زنان و دختران از پوشاک کاملاً محلی استفاده می‌کنند. همچنین یکی از این مکان‌های زیبای منطقه مورد نظر، آبشار شیخ علی خان و دشت و تپه‌های اطراف آن می‌باشد که فصل گرم عشایر بختیاری در آنجا برای چندی اطراق می‌کنند. حال سؤالی که در ذهن متبادر می‌شود.



شکل ۱- تصویر روستای پلکانی سراقاسید

یافته‌های تحقیق:

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، بخشدارها، فرمانداران شهرستان‌ها و شهرداران شهرها) به منظور دستیابی به مدل میدانی، تحت عنوان "مشکلات و محدودیت‌های گردشگری در روستاهای هدف و کانون‌های گردشگری استان چهارمحال و بختیاری" با استفاده از تکنیک نظریه مبنایی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس تکنیک پس از جمع‌آوری اطلاعات از جامعه مورد مطالعه، 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 به دست آمد (مرحله اول، کد گذاری باز).

کد گذاری باز:

در این مرحله، با به کارگیری سیستم کد گذاری باز، خط به خط داده‌ها تحلیل، فرآیندهای آن مشخص و به هر جمله به صورت جداگانه یک کد داده شد. در پژوهش حاضر برای انجام کد گذاری 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 می‌باشد، که در (جدول شماره ۱) نحوه کد گذاری در این مرحله به صورت خلاصه آورده شده است.

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

ردیف	گویه‌های استخراج شده	کد مورد نظر
۱	عدم (کمبود) تابلوهای راهنما در جاده‌های دسترسی و مراکز جمعیتی برای کانون‌های گردشگری و روستاهای هدف	$P 01$
۲	نبود پارکینگ مناسب برای خودروها و یا وضعیت بسیار نامناسب پارکینگ‌ها	$P 02$
۳	عدم توجه به نظرات مردم روستا در خصوص ارائه طرح‌ها به ادارات و سازمان‌ها (هر کس یک بار مراجعه کند پشیمان می‌شود).	$P 03$
.	.	.
.	.	.
.	.	.
۷۵	سنگ چینی نامناسب راهروها و عدم زیرساخت اصولی	$E 29$
۷۶	نبود سرویس بهداشتی تمیز و مرتب	$E 30$
۷۷	خاکی بودن کل مجموعه و گل شدن مجموعه در اثر شستشو	$E 31$

$E = Expert$ $P = People$ منبع: (کرمی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۰).

در کد گذاری محوری داده‌ها در فرایندی مستمر با هم مقایسه می‌شوند؛ تا بعد از کد گذاری باز پیوند بین مقوله‌ها مشخص شود (دانایی فرد، ۱۳۸۴). در کد گذاری محوری، طبقات تشکیل شده توسعه می‌یابند و هر طبقه شامل زیر طبقه‌هایی می‌شود که ارتباط هر یک از آنها مشخص می‌گردد. لازمی مرحله کد گذاری محوری مقایسه دایمی داده‌هاست. محقق داده‌های کد گذاری شده را با یکدیگر مقایسه نموده و به صورت خوشه‌هایی که با هم تناسب دارند در می‌آورد و کدهای مشابه را در یک طبقه قرار می‌دهد (ادیب حاج باقری، 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. (جدول شماره ۲).

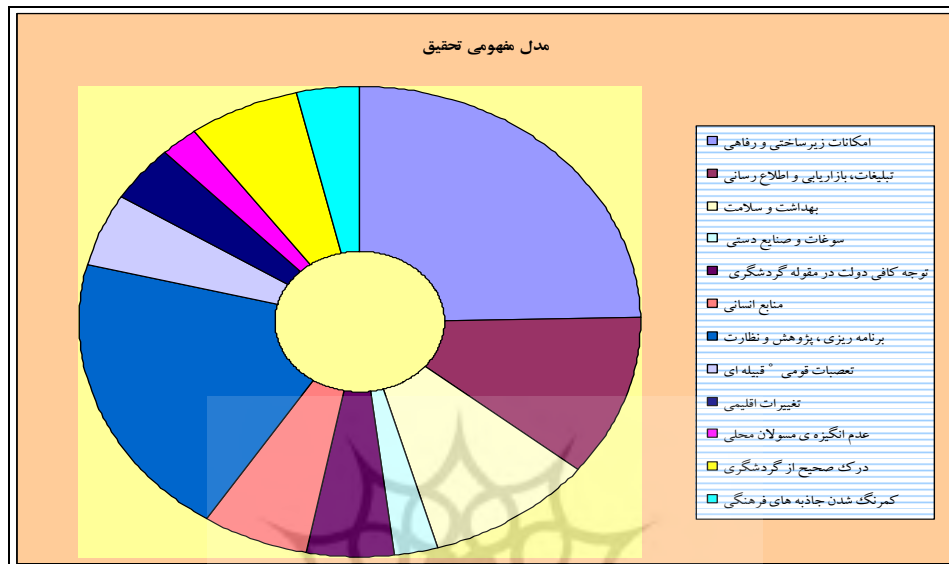
جدول ۳- شمای کلی نتایج حاصل از کد گذاری محوری (خلاصه شده)

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	
E	عدم (کمبود) شناخت دقیق حدود بازار گردشگری استان از سوی مسولین امر	تبلیغات، بازاریابی و اطلاع رسانی
P	نبودن (کمبود) تبلیغات مناسب برای کانون های گردشگری و روستاهای هدف	
E	مشکل امنیت و عدم حضور نیروی انتظامی در تمامی مواقع (سلامت اجتماعی)	بهدشت و سلامت
E	جمع شدن زباله و عدم دفع بهداشتی مناسب آن در کانون های گردشگری و روستاهای هدف	
E	معروف بودن سوغات استان و عدم شناخت آن در این استان (خصوصا گز بلداجی)	سوغات و صنایع دستی
E	مردم از بی توجهی دولت در زمینه گردشگری بسیار شاکی هستند	دولت و مقوله ی گردشگری
E	پایین بودن سطح آگاهی نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری اعم از دولتی و خصوصی	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 نخواست و یا برنامه خاصی صورت نپذیرفته است.	
E	حاکمیت نگاه قوم نگر و کوتاه نگر در برنامه ریزی ها	تعصبات قومی-قبیله ای
P	شیب زیاد اراضی به دلیل کوهستانی بودن استان و هزینه بر بودن آن جهت اجرای طرح	تغییرات اقلیمی
E	عدم حمایت مالی دهیارها	عدم انگیزه مسولان محلی
P	مدیریت ضعیف در شهرداری ها و دهیاری ها	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

منبع: (کریمی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۰).

کد گذاری انتخابی:

در این مرحله از تحقیق، جمله هایی را که قبلا کدگذاری شده بودند، دوباره با هم ترکیب کرده تا رابطه ای قابل درک بین آنها پدید آید. پس از آن نمودار مدل مفهومی ترسیم شد (شکل شماره ۲). نکته مهم در این مرحله گرد هم آمدن کلیه طبقات و خرده طبقات حول یک محور عمده بود، که زمینه مدل یا تئوری را فراهم می نماید. فعالیت عمده و اصلی این مرحله از تحقیق، ایجاد خط سیر داستان^۱ که همه ی طبقات را در بر می گیرد، می باشد.



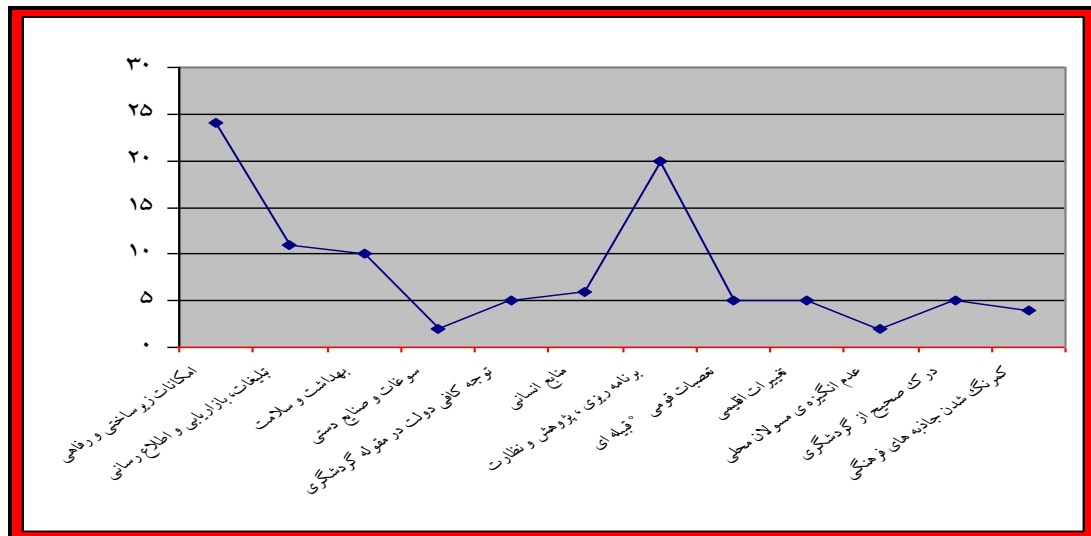
شکل ۲- مدل مفهومی مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری

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

پس از بررسی و تحلیل فیلم ها، مصاحبه ها، نوارها و دست نوشته های جمع آوری شده در این مرحله، در نهایت ۸۴ گویه به دست آمد، که در مرحله بعد گویه های مذکور به ۱۲ صفحه گسترده با عناوین تبلیغات، بازار و بازاریابی، بهداشت و سلامت، سوغات و صنایع دستی، منابع انسانی، برنامه ریزی و پژوهش، تعصبات قومی و قبیله ای، تغییرات اقلیمی، عدم انگیزه مسئولان، درک صحیح از مقوله گردشگری، کمرنگ شدن جاذبه های 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 تقسیم بندی شد.

در ادامه تحقیق 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 قبیله ای، تغییرات اقلیمی، عدم انگیزه مسئولین محلی با ۵ درصد، کمرنگ شدن جاذبه های فرهنگی با ۴ درصد و در نهایت مقوله سوغات و صنایع دستی با ۲ درصد کمترین اولویت را به خود اختصاص داده اند.

¹ - Story Line



نمودار ۱- نمودار مفهومی مشکلات گردشگری استان چهارمحال و بختیاری

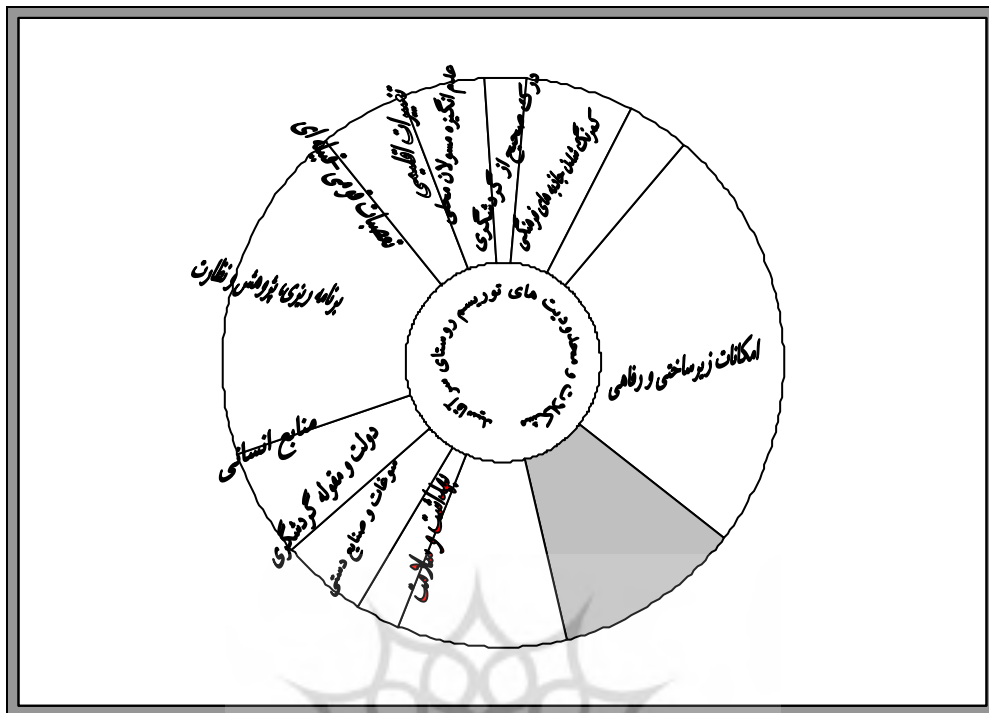
از آنجا که عملیات میدانی این پژوهش در دوازده روستای هدف گردشگری و همچنین شش کانون شاخص گردشگری صورت گرفت و هر کدام از کانون‌ها دارای شرایط ویژه مختص به خود هستند، به منظور امکان بهره‌برداری کاربردی از نتایج حاصل از این مطالعه، با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده، مدل مفهومی تحقیق و همچنین نمودار مشخص شدن اولویت‌ها برای هر کانون گردشگری و یا روستای هدف به صورت جداگانه و با توجه به مدل‌های اصلی صورت گرفت که در این مقاله مدل مفهومی مربوط به روستای هدف گردشگری سرآقاسید 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.

مدل مفهومی روستای سرآقاسید از شهرستان کوهرنگ:

در روستای سرآقاسید 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 و تمامی مشکلات، محدودیت‌ها و موانع، به جز تبلیغات که در مدل پایه 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، کمرنگ 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 مطلب، نمودار شماره ۲ که مربوط به روستای سرآقاسید می‌باشد، در زیر آورده شده است.

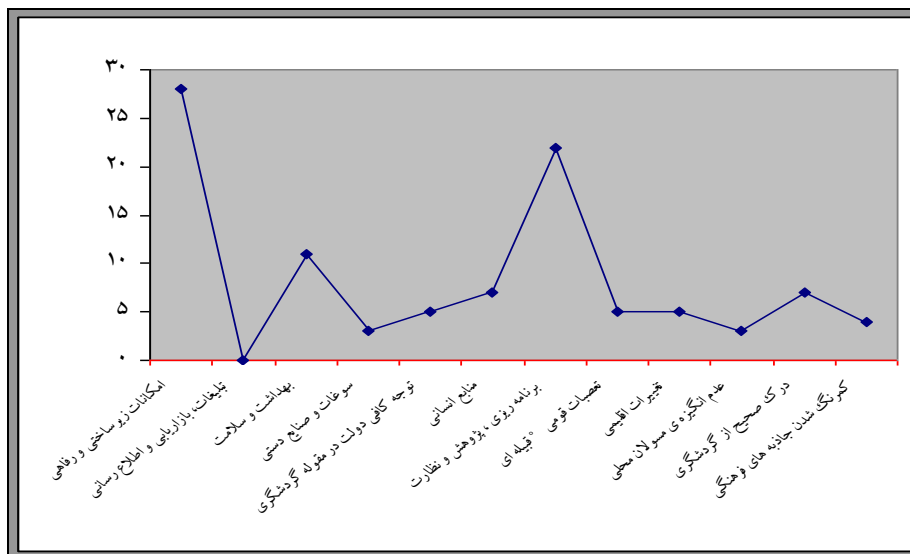
همانگونه که مشاهده شد، مدل روستای هدف سرآقاسید دارای تمامی مشکلات، به جز مقوله تبلیغات (با توجه به مدل پایه) می‌باشد. به زبان ساده تر اینکه، علیرغم وجود جاذبه‌های بسیار زیبا در این مناطق و انتخاب آنها به عنوان کانون گردشگری و یا روستاهای هدف، و تبلیغات برای معرفی آنها (تبلیغات اینترنتی، تلویزیونی و ...) برنامه‌ای مدون برای روستای مذکور جهت رفع موانع و افزایش کیفیت روستاها (با توجه اطلاعات به دست آمده و نهایتاً ارائه مدل برای هر روستا) صورت نپذیرفته است و در نهایت با مراجعه گردشگر به این کانون‌ها و پیشینه ذهنی

از تبلیغات از این مناطق، گردشگر با عدم وجود امکانات بسیار شدید از جهات مختلف مواجه می‌شوند!! و این گونه موارد سبب افت گردشگری برای منطقه و استان خواهد بود.



شکل ۳- مدل مفهومی مشکلات روستای هدف سرآقاسید

در روستای سرآقاسید 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 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، کمرنگ شدن مقوله‌های فرهنگی با چهار درصد و در نهایت مقوله‌های سوغات و صنایع دستی و عدم انگیزه مسئولین 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 سرآقاسید می‌باشد، در زیر آورده شده است.



نمودار ۲- نمودار کلی مربوط به موانع و محدودیت های گردشگری روستای هدف گردشگری سرآقاسید

***: در نمودار فوق، مقوله هایی با اندازه صفر، به معنای، صفر مطلق نبوده، بلکه هدف محقق از این نمودار، نشان دادن اهمیت کمتر این مقوله ها و پررنگ تر شدن سایر مقوله ها (با توجه به اطلاعات جمع آوری شده) می باشد.

نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها:

یافته های این پژوهش با استفاده از نظریه مبنایی به منظور استخراج مدل موانع گردشگری روستای هدف گردشگری سرآقاسید 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 ی تبلیغات و اطلاع رسانی می باشد. به زبان ساده تر اینکه، علیرغم وجود جاذبه های بسیار زیبا در این مناطق و انتخاب آن به عنوان کانون گردشگری، مشکلات برنامه ریزی، پژوهش و نظارت، بازاریابی، امکانات زیرساختی و رفاهی، بهداشت و سلامت، کمرنگ شدن جاذبه های فرهنگی، عدم وجود منابع انسانی مناسب، عدم توجه به صنایع دستی و سوغات منطقه روستای هدف مورد مطالعه وجود دارد. به عبارت دیگر، علیرغم وجود جاذبه های فراوان در این منطقه و انتخاب آن به عنوان روستاهای هدف گردشگری و انجام تبلیغات گسترده برای معرفی آنها (تبلیغات اینترنتی، تلویزیونی و ...) برنامه ای 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 عدم وجود امکانات مواجه می شود. این گونه موارد سبب افت گردشگری برای منطقه و استان خواهد بود. بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهایی جهت رفع موانع روستای هدف گردشگری مورد مطالعه ارائه می گردد:

- از آنجایی که استان چهارمحال و بختیاری جزو ۵ استان برتر در حوزه گردشگری و اکوگردشگری می باشد و همچنین سالانه پذیرای تعداد بسیار زیاد گردشگر (خصوصاً در فصل بهار و تابستان) می باشد، لذا توجه بیشتر مسئولین در راستای رفع موانع شناسایی شده در مدل این پژوهش به جهت بهبود وضعیت این روستا پیشنهاد می گردد؛
- مطالعات با رویکرد سیستمیک و کل نگر با پارادایم های کیفی و جلوگیری از کلی گویی؛
- سرمایه گذاری بیشتر در زمینه زیرساخت های گردشگری با محوریت محلی؛
- کمک گرفتن از مشارکت مردم محلی، در راستای اداره امور و خود محوری گردشگری منطقه؛

- بازاریابی و اجرای تورهای اکوگردشگری، توجه به صنایع دستی و تحقیقات آتی در ارتباط با ابعاد مختلف گردشگری روستایی، جهت تقویت این مقوله به منظور بهره‌مندی بیشتر روستائیان.

منابع و مآخذ:

۱. ازکیا، مصطفی؛ زارع، عابد و علی ایمانی (۱۳۸۷): رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی، نشر نی، چاپ اول، تهران.
۲. بونی فیس، پرسیلا (۱۳۸۰): مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه: محمود عبدالله زاده، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول، تهران.
۳. تجلی، محمد حسین (۱۳۷۹): «نقش توان‌های گردشگری در توسعه اقتصادی شهر کرمان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تهران.
۴. توکلی، مرتضی و صلاح هدایتی (۱۳۸۷): «چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی، مطالعه موردی سیستان و بلوچستان»، مجله فضای جغرافیایی، شماره ۲۳، اهر، صص
۵. ثبوتی، حجت (۱۳۸۵): بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای روستایی، دانشگاه تهران.
۶. حفاری، فردین (۱۳۸۸): «بررسی اثرات زیست‌محیطی گردشگری روستایی مطالعه موردی: روستای ایبانه»، اولین همایش ملی دانشجویی ترویج و آموزش کشاورزی، تهران.
۷. دانایی فرد، حسن (۱۳۸۴): «تئوری پردازی با استفاده از رویکرد استقرایی: استراتژی مفهوم‌سازی تئوری بنیادی» دومانه‌نامه دانشگاه شاهد، سال دوازدهم، شماره ۱۱، صص ۷۰-۵۷.
۸. دهقان، علیرضا (۱۳۸۷): «تجربه گردشگری در فضای واقعی و مجازی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۴، تهران، صص ۱۹-۱.
۹. دیبایی، پرویز (۱۳۷۱): شناخت جهانگردی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول، تهران.
۱۰. رستمی، یسار (۱۳۸۸): «امکان‌سنجی توسعه گردشگری روستایی به منظور دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی؛ مطالعه موردی: روستای اورامان تخت»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه زنجان.
۱۱. ریچارد شارپلی، جولیا (۱۳۸۰): گردشگری روستایی، ترجمه: نصیری و منشی زاده، انتشارات منشی، تهران.
۱۲. سازمان میراث فرهنگی استان چهارمحال و بختیاری (۱۳۹۲): آمار گردشگری استان، شهرکرد.
۱۳. سند چشم‌انداز ۲۰ ساله گردشگری (۱۳۹۰): برگرفته شده از سایت <http://darvazeh.net/news>
۱۴. شهیدی، محمدشریف و مهدی اردستانی (۱۳۸۸): «بررسی تأثیرات گردشگری در برنامه‌ریزی نواحی روستایی»، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، شماره، تهران، صص ۹۹-۱۱۳.
۱۵. علیزاده، کتابیون (۱۳۸۲): «اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست‌محیطی بخش طرقله شهرستان مشهد»، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۴، تهران.
۱۶. کرمی دهکردی، مهدی و خلیل کلانتری (۱۳۹۰): «شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیادی». مجله پژوهش‌های روستایی، سال ۲، شماره هفتم، تهران، صص ۳۰-۱.
۱۷. مافی، عزت‌الله و مهدی سقایی (۱۳۸۷): «تحلیلی بر گردشگری روستایی پیرامون کلانشهرها، مطالعه موردی کلان‌شهر مشهد». مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره دهم، مشهد، صص ۴۰-۲۱.

۱۸. مدهوشی، مهرداد و نادر ناصرپور (۱۳۸۲): «ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری استان لرستان»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، تهران، صص ۸۸-۲۵.
۱۹. موحد، علی (۱۳۸۶): گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول، اهواز.
۲۰. موسایی، میثم (۱۳۸۳): «تخمین تابع تقاضای گردشگری در ایران»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۳، تهران.
۲۱. هزارجریبی، جعفر و محمد محسن نجفی (۱۳۸۹): «اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری»، مجله مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال دوم، شماره هفتم، اصفهان، صص ۷۰-۵۳.
22. 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.*
23. Augustin, M, (1998): *National Strategies for Rural Toyrism Development and Sustainability. The experience journal of Sustainable Tourism. P.3*
24. Baumol, W.J., and W.E. Oates, (1977): *Economics, environmental policy, and quality of life. Englewood Cliffs, New Jersey, USA: Prentice Hall.*
25. Baum, T., & Szivas, E, (2008): *HRD in tourism: a role for government?. Journal of Tourism Management, 29 (4), 783 - 794.*
26. Breidenhann, J., & Wickens, E, (2004): *Tourism routes as a tool for the economic development of rural areasdvibrant hope or impossible dream?. Journal of Tourism Management, 25 (1), 71- 79.*
27. 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.*
28. Fleischer, A, and Anat, T, (2002): *IS Agriculture an Important Component of Rural Tourism? Available: departments.agri.huji.ac.ileconomicskenes-fleischer.pdf.*
29. Fossati, A., & Panella, G, (2000): *Tourism and sustainable development: a theoretical framework. Tourism and sustainable economic development (pp. 3 - 36). Boston: Kluwer Academic Publishers.*
30. Fu, J. (2009): *Tourism in mountainous areas e an investigation into the farmhouse tourism in Muyang, Nanjiang County, Sichuan Province. Market Modernization, 567(6), 228e229, (in Chinese).*
31. 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.*
32. Hall, C. M., & Jenkins, J. M, (1995): *Tourism and public policy. London: Routledg*
33. Holden, A, (2000): *Environment and tourism. Routlege publidhed. London.*
34. Isaacs, J.C, 2000, *The limited potential of ecotourism to contribute to wildlife conservation. The Ecologist. .12*
35. 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.*

36. Kamauro, O, (1996): *Ecotourism: Suicide or Development? Voices from Africa #6: Sustainable Development*, UN Non-Governmental Liaison Service, United Nations News Service.
37. Kostas E. Sillignakis (2010): "Rural Tourism Development for the Prefecture of Lassithi in Crete."
38. Lee, C. C., & Chang, C. P,(2008): *Tourism development and economic growth: a closer look at panels*. *Journal of Tourism Management*. 29 (1), 180 - 192.
39. Mac Donald, R. & Jolliffe, L. (2003): *Cultural rural tourism: evidence from Canada*. *Annual of tourism research*. 3(2):307-322.
40. Mellgren, D, (2007): *Travel Experts See Worrisome Downside to Ecotourism*, Associated Press. <http://www.enn.com/today.html?id=12778>. Retrieved 2007-05-21.
41. 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.
42. 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.
43. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), (2005): *OECD working papers series*.
44. Ryan, C., & Gu, H. (2009). *Tourism in China: Destinations, cultures and communities*. New York: Routledge.
45. Schweinsberg, Stephen,(2002): *Sustainable Tourism Development and Rural Community*, University of Technology, (Sustainable Tourism Cooperative Research Centre), Sydney,
46. Sebele, L.S. (2010): *Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana*. *Journal of Tourism Management*. (31). 136–146
47. Sharphly, R, (2006): *Rural Tourism and the Chalenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus*. *Journal of Tourism Managementy*, 23. pp: 233-344
48. Su, X.-l. (2011): *Study on the development of the Yamen culture tourism*. *Economic Geography*, cnki:sun:jjdl.0.2011-01-030 (in Chinese).
49. Szabo, Bernadett, (2005): *Rural Tourism As Altrnative Income Souecef for Rural Areas. along the hortobagy*, ,80
50. *Tourism (2020): vision*. Find in: [www.world – tourism.org](http://www.world-tourism.org).
51. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2006): *Australian Government, Department of energy and tourism*, retrieved on: [http://www.ret.gov.au/tourism/policy/international_engagement/united_nations_world_tourism_organisation/Pages/UnitedNationsWorldTourismOrganisation\(UNWTO\).aspx](http://www.ret.gov.au/tourism/policy/international_engagement/united_nations_world_tourism_organisation/Pages/UnitedNationsWorldTourismOrganisation(UNWTO).aspx)

52. World Tourism Organization, (2010): *Organisation Mondiale du Tourisme OMT/ news and événements part.*
53. World Tourism Organization, (2011): *National and regional tourism planning: case studies (Asia and Iran). London.*
54. Woods, Mike, (2000): *Diversifying the rural economy: Tourism development, Available: srdc.msstate.edu/publications/woods, pdf 20.*

