

توسعه گردشگری در مناطق روستایی با تأکید بر مکان یابی اماکن تفریحی و اقامتی

مطالعه موردی: دهستان مورچه خورت استان اصفهان

نویسندگان:

فاطمه نساء رضاسلطانی^۱

دکتر بهروز محمدی یگانه^۲

چکیده

گردشگری روستایی به عنوان یکی از زیر بخش‌های مهم صنعت گردشگری بسیار مورد توجه قرار گرفته است و در فرآیند جهانی شدن اهمیت روزافزونی یافته است. این بخش از گردشگری علاوه بر حفظ ارزش‌ها، باورها و رسوم باستانی، با ایجاد فرصت‌هایی برای اشتغال و کسب درآمد برای ساکنین محلی و توسعه ساختارهای زیربنایی امکان توسعه پایدار و یکپارچه روستایی را فراهم می‌آورد. کشور ایران، با آثار باستانی و تاریخی فراوان، تنوع شرایط آب و هوایی از توان و قابلیت بسیار بالایی برای توسعه گردشگری برخوردار است. دهستان مورچه خورت در استان اصفهان به دلایل طبیعی، اقلیمی، تاریخی، اجتماعی و فرهنگی از جمله حوزه‌های جغرافیایی پر جاذبه برای توسعه گردشگری روستایی است و می‌تواند در سطح استان پذیرای گردشگران بسیاری باشد.

اهداف اصلی از این تحقیق عبارتند از: ۱- مکان‌یابی صحیح مراکز تفریحی و اقامتی ۲- ایجاد منبع درآمد مکمل و پایدار برای کشاورزی. در این پژوهش، از مدل AHP برای مکان‌یابی‌های مربوطه و از مدل SWOT برای تدوین استراتژی‌های مؤثر جهت توسعه گردشگری استفاده شده است. دهستان مورچه خورت از پتانسیل‌های قابل توجهی برای گردشگری روستایی برخوردار است. مهمتر از همه موقعیت جغرافیایی آن است. نزدیکی به قطب گردشگری اصفهان و قرارگیری در مسیر آزادراه اصفهان- تهران از مزیت‌های بالقوه این دهستان محسوب می‌شود و موجب گردیده سالیانه مسافران بسیاری از آن عبور نمایند.

در این راستا، ایجاد مراکز تفریحی و تفریحی جهت بالا بردن میزان توقف مسافران و استفاده از این زمان جهت بازدید از آثار باستانی، یادمانه‌های تاریخی، جاذبه‌های طبیعی و... حائز اهمیت است. با بررسی‌های انجام شده و نظرخواهی گردشگران در این منطقه ایجاد کمپ، مرکز گذران اوقات فراغت و سفره خانه سنتی مهمترین نیاز گردشگران است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، توسعه روستایی، مکان‌یابی، دهستان مورچه خورت، اصفهان.

مقدمه

سیر و سیاحت به ویژه به منظور گذران اوقات فراغت یکی از نیازهای اصلی بشر تلقی شده به گونه‌ای که این پدیده با تخصیص یک دهم جمعیت جهان بزرگ‌ترین جابجایی صلح آمیز بشر محسوب می‌شود (تولایی، ۱۳۸۵: ۱۵). تنوع بخشی به اقتصاد، بالابردن شاخص‌های توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن، حفظ محیط زیست و در نهایت توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن

^۱ نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، fsoltani.1433@yahoo.com

^۲ عضو هیأت علمی گروه جغرافیای دانشگاه زنجان

روبروست. در این میان کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند آن را در برنامه‌های ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه ملی خود را تکامل بخشند (جان لی، ۱۳۷۸:۱).

رشد قابل توجه سفر گردشگران خارجی به خاورمیانه و دیدار از جاذبه‌های گردشگری موجب شده است که این منطقه به عنوان چهارمین قطب گردشگری جهان مطرح گردد. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی (اکوتوریسم) جز پنج کشور برتر جهان است. اقتصاد ایران تک پایه‌ای و متکی بر درآمد نفت است، نفت یک انرژی فسیلی و رو به اتمام است، در حال حاضر صنعت نفت یارای رقابت با صنایع کشورهای توسعه یافته را نداشته و امکانی مناسب برای جایگزینی با نفت در بخش‌های دیگر اقتصادی حداقل در کوتاه مدت وجود ندارد (هجرتی، ۱۳۷۹:۹).

یکی از این منابع درآمد با توجه به موقعیت مکانی و داشتن عناصر جذب گردشگر چون مناظر طبیعی، آثار باستانی، تنوع اقلیمی و... گردشگری است که با یک پشتوانه علمی، تئوریک و ارزیابی آثار مثبت و منفی، برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح در فعالیت گردشگری می‌توان به توسعه پایدار و همه جانبه دست یافت. در برخی کشورها، گردشگری روستایی در سر لوحه برنامه دولت‌ها قرار دارد، تا ضمن مثبت کردن بیلان گردشگری با هدایت شهروندان به مناطق روستایی، درآمد را نیز در سطح کشور پخش نماید.

استان اصفهان از قطب‌های مهم گردشگری کشور بوده که دارای بیش از سیصد جاذبه تاریخی، فرهنگی و طبیعی است. اصفهان از لحاظ دارا بودن تاریخ کهن و آثار باستانی از شهرهای غنی جهان است، که فقط با دو شهر فلورانس و پکن قابل مقایسه است. انتخاب آن به عنوان پایتخت فرهنگی کشورهای اسلامی، نگرشی جدید و رویکردی نوین نسبت به شهر تاریخی اصفهان است.

دهستان مورچه خورت دارای جاذبه‌های طبیعی و اماکن تاریخی متنوع و قابل توجهی است. این منطقه در ناحیه شمال اصفهان و در ابتدای بزرگراه اصفهان - تهران واقع شده است. بنابراین با سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح می‌توان میزبان گردشگران قابل توجهی بود.

با توجه به اهمیت گردشگری روستایی و نقشی که در توسعه پایدار روستایی ایفا می‌کند، با برنامه‌ریزی صحیح برای روستاهایی که دارای چنین قابلیت‌هایی هستند، می‌توان به تقویت گردشگری روستایی پرداخت. تا تعادل نسبی بین شهر و روستا ایجاد و درآمد در سطح کشور و منطقه پخش شود. درآمد کشاورزی در منطقه مورد مطالعه قادر به تأمین اقتصادی خانوارها نبوده و در نتیجه منطقه مهاجر فرست است. ایجاد کارکرد جدید می‌تواند در ارتقاء سطح اقتصادی و فرهنگی منطقه مؤثر واقع گردد.

گردشگری مانند یک علم و صنعت برای رشد و پیشرفت خود نیاز به پژوهش داشته و نخستین گام برای ارتقاء سطح گردشگری، شناخت جاذبه‌های گردشگری است. با توجه به اینکه روستاهای این دهستان توان جاذبه‌های متنوعی دارد، متأسفانه نتوانسته نقشی در توسعه این روستاها ایفا نماید.

این مقاله درصدد رسیدن به اهداف خود، در برگزیده سوالات زیر است:

- ۱- آیا دهستان مورچه خورت از پتانسیل‌های لازم جهت رشد و توسعه گردشگری برخوردار است؟
- ۲- آیا مکان‌یابی بهینه مراکز تفریحی و اوقات فراغتی می‌تواند موجب گسترش فعالیت گردشگری در منطقه مورد مطالعه گردد؟
- ۳- آیا مکان‌یابی مراکز مکمل گردشگری می‌تواند موجب افزایش درآمد در روستاها شده و در نتیجه از حجم مهاجرت‌های روستایی بکاهد؟
- ۴- آیا اصفهان به عنوان یک قطب گردشگری می‌تواند در جذب گردشگر بیشتر به منطقه مورد مطالعه مؤثر باشد؟

مقاله با این پیش فرض‌ها که:

- دهستان مورچه خورت، از پتانسیل‌های لازم جهت رشد و توسعه گردشگری برخوردار است.

- مکان‌یابی مراکز مکمل گردشگری می‌تواند موجب افزایش درآمد در روستاها شده و در نتیجه از حجم مهاجرت‌های روستایی بکاهد.

- قطب گردشگری اصفهان می‌تواند به عنوان عاملی مثبت در جهت جذب گردشگر بیشتر به منطقه مؤثر واقع گردد. مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

این پژوهش همواره با مشکلاتی رو به رو بوده است که از مهمترین آن می‌توان به کمبود آمار و اطلاعات لازم در محدوده مورد مطالعه و همچنین به عدم همکاری ادارات جهت جمع‌آوری آمار اشاره نمود.

مبانی نظری

گردشگری پایدار عبارت است از فعالیتی که در یک مکان به وجود می‌آید، توسعه می‌یابد و با مقیاسی عمل می‌کند که به صورت یک فعالیت پایدار برای زمان نامحدود جاری و ساری باشد. به علاوه هرگز به محیط زیست تخریب وارد نکند و مانع از توسعه موفقیت آمیز دیگر فعالیت‌ها نیز نشود (Butler, 1993:26). شورای گردشگری و سفر جهانی اجزای گردشگری پایدار را به شرح زیر مطرح کرده است: (الف) حمایت، حفاظت و احیاء اکوسیستم (ب) تکیه بر الگوی پایدار تولید و مصرف (ج) مشارکت جامعه میزبان (د) اعمال برنامه ریزی محلی (ذ) وضع و اجرای قوانین بین المللی، حفاظت از محیط زیست و جهانی عمل کردن (wttc, et al, 1995:54). در این میان اکوتوریسم، نوعی گردشگری مسئولانه و بوم شناسانه به قصد دیدار و برداشت فرهنگی از جاذبه‌های طبیعی و محور تأکیدش حفاظت از محیط زیست، زیست‌گاه‌های طبیعی و خزائن باستانی است (منصوری، ۱۳۸۷: ۱۲) و نوعی گردشگری طبیعت محور به شمار می‌آید که کمترین آثار مخرب را بر محیط باقی می‌گذارد و هدفش حفظ زیست‌گاه‌ها و میراث فرهنگی جامعه میزبان است (Goodwin, 1996:288).

این در حالی است که گردشگری روستایی «کلیه فعالیت‌های گردشگری در محیط روستایی با توجه به فرهنگ و بافت سنتی روستایی، هنر و صنایع روستایی، آداب و رسوم سنتی که در برگرفته گردشگری کشاورزی، گردشگری سبزی، گردشگری مزرعه‌ای، گردشگری غذایی و شکار است» (قادری، ۱۳۸۳: ۲۲). با این وجود نباید از درک این نکته غافل بود که گردشگری روستایی می‌تواند در برگرفته گستره وسیعی از گونه‌های مختلف گردشگری باشد. بر این مبنا می‌توان تعاریف متعددی از گردشگری روستایی ارائه داد، اما در یک مفهوم کلی می‌توان گردشگری روستایی را فعالیت گردشگری در محیط روستا دانست، یا در یک حوزه کاربری وسیع‌تر، آن را «فعالیت‌های گردشگری در حوزه غیر شهری که فعالیت‌های انسانی در آن غالباً در بخش کشاورزی است» (منشی زاده، ۱۳۸۴: ۱۷۰). هدف از توسعه گردشگری در نواحی روستایی، نوعی قدردانی از نواحی روستایی است در حالیکه سعی در جلوگیری از تنزل اقتصادی، اجتماعی و محیط طبیعی آن دارد. از این لحاظ یکی از اهداف، ایجاد موازنه بین تعداد منازل جانبی گردشگری و سایر اشکال اقامتی، بخصوص کلبه‌های روستایی و چادرهای کمپ بر روی زمین‌های کشاورزی است که مورد توجه مستقیم کشاورزان است. با این وجود، رشد گردشگری در مناطق روستایی باعث افزایش قیمت زمین شده و افزایش مالیات را به دنبال دارد (فرانسواولا و یونل بیرچریل؛ ۱۳۸۴: ۱۹۹).

در کشورهای جهان سوم به رغم وجود ارزش‌ها، نظام‌های اعتقادی و حکومتی مختلف، دو دیدگاه بر برنامه‌ریزی‌های روستایی حاکم بوده است: دیدگاه بهبود و دیدگاه دگرگون سازی. با توجه به این دیدگاه‌ها هدف‌های مختلفی در برنامه‌ریزی توسعه روستایی مدنظر قرار گرفته است. بر همین اساس تعاریف توسعه روستایی نیز متعدد و متفاوت است. محققان بسیاری در باب توسعه روستایی اندیشیده‌اند و راه حل ارائه نموده‌اند. آنان در مجموع توسعه روستایی را جدای از توسعه کلی یک کشور ندانسته، آن را فرایندی می‌دانند که تغییرات عمده اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در محیط روستایی ایجاد خواهد کرد (حسینی ابری، ۱۳۸۰: ۲۶۱).

بانک جهانی توسعه روستایی را چنین تعریف می‌کند: «توسعه روستایی استراتژی است که برای بهبود زندگی اقتصادی و اجتماعی گروه مشخصی از مردم که همان روستائیان فقیرند، طراحی می‌شود. این استراتژی در پی گسترش منافع توسعه در بین فقیرترین افرادی است که در نواحی روستایی به دنبال امرار معاش هستند» (word bank , 1975: 30).

امروزه دیدگاه تازه‌ای در خصوص مفهوم و معنای توسعه مطرح شده است که به نحو قابل توجهی از دیدگاه‌های پیشین فراگیرتر است. وجه اشتراک قالب این دیدگاه‌های نو، توجه به جنبه‌های گوناگون توسعه، از جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نهایتاً جنبه مکانی- فضایی آن است. در این میان مکان‌یابی یک روش مهم برای مدیریت زمین‌های بلا استفاده است. انتخاب این نوع زمین و اختصاص دادن آن به مکان مورد نظر، به علت پیچیدگی سیستم، نیاز به بررسی و ملاحظه جوانب مختلف و ارزیابی شاخص‌ها دارد (SONER AND ONUT,2008:1).

مکان‌یابی، فعالیتی است که قابلیت‌ها و توانایی‌های یک منطقه را از لحاظ وجود زمین مناسب و کافی و ارتباط آن با سایر کاربری‌ها و تسهیلات برای انتخاب مکانی مناسب برای کاربری خاص مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد که موضوع بحث این مقاله نیز است.

روش تحقیق

پژوهش در خصوص جهانگردی و گردشگری در طبقه علوم انسانی قرار گرفته و بازیگر اصلی آن انسان‌ها هستند. از آن جهت که کنترل متغیرهای مستقلی که رفتار انسان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند، اغلب دشوار و گاه غیر ممکن است از روش معیاری در تحقیق استفاده گردید.

ابتدا منطقه مورد مطالعه توصیف و سپس با توجه به ارتباط آن با کلان شهر موارد تجزیه و تحلیل و در نهایت ترکیب داده‌ها صورت پذیرفت. از روش تجربی در موارد فیزیکی، غیر انسانی و در موارد مکان‌یابی استفاده گردید.

استنتاج از داده‌ها به روش قیاسی انجام گرفت. زیرا کل بر جزء تأثیر بیشتری دارد و تأثیر جزء بر کل بسیار ناچیز است.

جامعه آماری شامل شش روستای دهستان با جمعیت ۲۳۹ نفر، گردشگران و مسئولین است. پس از مشخص گردیدن سهمیه هر روستا، نمونه‌ها با شانس انتخاب برابر به روش سیستماتیک و منظم انتخاب گردید و با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۲۸۵ نفر از جوامع محلی، ۲۵۰ نفر از گردشگران و ۳۰ نفر از مسئولین به عنوان نمونه انتخاب گردید.

در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده گردید و ابزار تحقیق عبارتند از:

۱- در روش کتابخانه‌ای (فیش‌برداری از کتب، مقالات، اسناد، نتایج سمینارها، اینترنت و همچنین استفاده از آمار و اطلاعات، نقشه و عکس‌های هوایی)

۲- در روش پیمایشی و میدانی از پرسشنامه (استفاده از سوالات طیفی، ترتیبی، وزنی و تعاقبی)، مصاحبه (منظم و از پیش تنظیم شده) مشاهده (کارت دار و علنی) استفاده شده است.

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های کمی و کیفی زیر استفاده شده است.

۱- استفاده از مدل SWOT برای تدوین راهبردهای مؤثر جهت توسعه گردشگری روستایی

۲- استفاده از مدل AHP برای مکان‌یابی مراکز تفریحی و اوقات فراغتی

۳- استفاده از نرم افزار SPSS جهت محاسبه همبستگی به روش پیرسون و اسپیرمن.

۴- از آن جهت که روش تحقیق معیاری است، از روش‌های تجزیه و تحلیل کیفی جهت تجزیه و تحلیل و استنتاج از داده‌ها استفاده شده است.

بحث و یافته‌ها

منطقه مورد مطالعه:

دهستان مورچه خورت با توجه به نقشه شماره (۱) جزء بخش مرکزی شهرستان شاهین شهر و میمه است. این دهستان بین ۲۹'، ۵۱' طول جغرافیایی و ۰۶'، ۳۳' عرض جغرافیایی واقع گردیده و متشکل از شش نقطه روستایی (مورچه خورت، سه، بیدشک، دهلر، کلهرود، باغ میران) است.

نقشه شماره (۱): موقعیت دهستان مورچه خورت



یافته‌ها

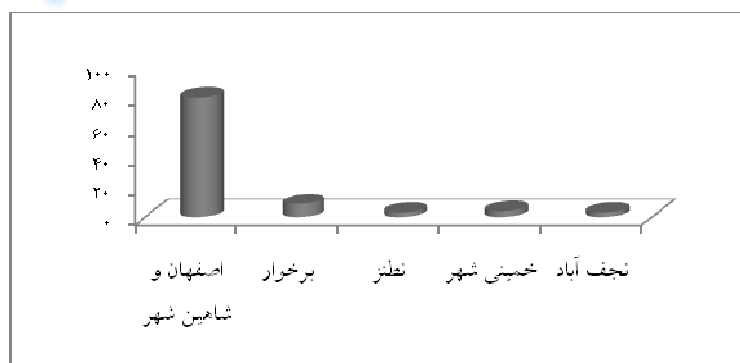
الف- ویژگی‌های جامعه آماری (جوامع محلی)

در حدود ۸۱.۲۵ درصد از جامعه آماری را زنان و ۱۸.۷۵ درصد دیگر را مردان تشکیل می‌دهند. از نظر تحصیلات، ۱۸/۷۵ درصد دارای تحصیلات لیسانس، ۶/۲۵ درصد فوق دیپلم و ۷۵ درصد زیر دیپلم بودند. از لحاظ شغل، ۵۶/۲۵ درصد، خانه دار و ۱۳ درصد آزاد و ۲۵ درصد کارمند بودند.

ب- پارامترهای استخراج شده:

بیش از ۸۰ درصد گردشگران وارده را به ترتیب مربوط به شهرستان‌های اصفهان و شاهین شهر، نطنز، نجف آباد و خمینی شهر دانستند.

با توجه به نمودار شماره (۱) نتایج پرسشنامه نشان می‌دهد که شهرستان‌های اصفهان و شاهین شهر بیشترین گردشگران این دهستان را به خود اختصاص داده‌اند.



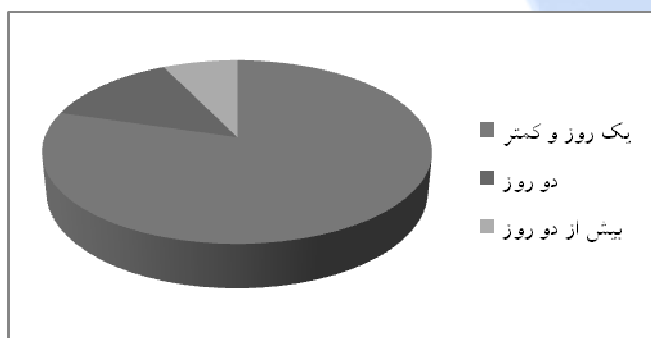
نمودار شماره ۱: درصد گردشگران وارده از شهرستان‌های استان

ج- ویژگی‌های جامعه آماری (گردشگران)

در حدود ۷۰ درصد از جامعه آماری را زنان و ۳۰ درصد دیگر را مردان تشکیل می‌دهند. از نظر تحصیلات، ۲۰ درصد دارای تحصیلات لیسانس، ۱۵ درصد فوق دیپلم و ۶۵ درصد زیر دیپلم بودند. از لحاظ شغل، ۴۶/۲۵ درصد، خانه دار و ۱۳ درصد آزاد و ۲۵ درصد کارمند بودند.

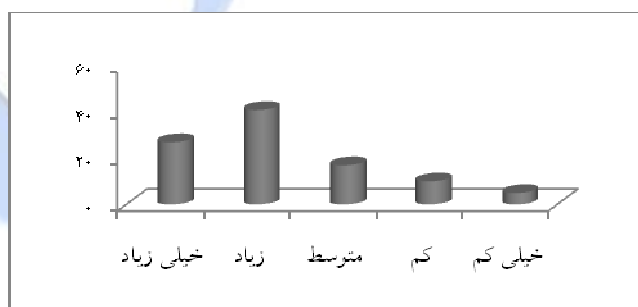
بیش از ۸۰ درصد آنان درآمد ماهیانه بین ۴۵۰-۲۵۰ هزار تومان داشتند. اکثراً هزینه مسافرت را ۲۵ هزار تومان تخمین زدند که بیشتر صرف خورد و خوراک و سپس هزینه بنزین می‌شود.

بیشترین انگیزه گردشگران، تفریح و دیدن جاذبه‌های طبیعی است. با توجه به نمودار شماره (۲) مدت اقامت ۷۹/۶ درصد آنان یک روز و کمتر از یک روز ۱۳/۲ درصد، دو روز و ۷/۲ درصد بیش از دو روز اقامت داشته‌اند.



نمودار شماره ۲: طول مدت اقامت گردشگران در دهستان مورچه خورت

۴۱ درصد گردشگران با توجه به نمودار شماره (۳) نزدیکی منطقه به شهر اصفهان را دلیل انتخاب این محل برای گذران اوقات فراغت دانسته‌اند.



نمودار شماره ۳: سنجش نگرش گردشگران پیرامون نقش اصفهان

(د) ویژگی جامعه آماری (مسئولین)

در حدود ۹۳ درصد از جامعه آماری را مردان و ۲۷ درصد دیگر را زنان تشکیل می‌دهند. از نظر تحصیلات، ۱۵ درصد دارای تحصیلات بالاتر از لیسانس، ۵۵ درصد دارای تحصیلات لیسانس، ۳۰ درصد فوق دیپلم و زیر دیپلم بودند.

مدل SWOT

به منظور ارائه راهبرد در نواحی روستایی دهستان مورچه خورت از طریق گسترش گردشگری روستایی، شناخت عوامل چهارگانه (SWOT) در جهت رفع ضعفها، تهدیدها و بهبود قوتها و فرصتها امری ضروری است.

عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در ناحیه مورد مطالعه

در این قسمت ویژگیهای اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، اکولوژیکی و کالبدی دهستان مورد ارزیابی قرار گرفت و نقاط قوت و ضعف شناسایی، رتبه بندی و ضریب اهمیت آن مشخص گردید. جداول (۲ و ۱)

عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری در ناحیه مورد مطالعه

در این قسمت با توجه به تهدیدها و فرصتهایی که منطقه مورد مطالعه جهت توسعه گردشگری با آن روبروست، طی مطالعات انجام شده، مجموعه فرصتها و تهدیدها از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و... مورد بررسی، رتبه بندی و ضریب اهمیت آن مشخص گردید. جداول شماره (۳ و ۴)

جدول شماره ۱: شناسایی و برآورد نقاط قوت

نام دهستان مورد بررسی: مورچه خورت				
ردیف	نقاط قوت ^۲	ضریب اهمیت	رتبه	نمره نهایی
۱	وجود بناهای تاریخی - فرهنگی از جمله کاروانسراها، قلعهها و مساجد در محدوده دهستان	۰/۰۵۱	۴	۰/۲۰۳
		۰/۰۷۰	۳	۰/۲۰۹
۲	وجود جاذبههای طبیعی شامل: دومین غار آهکی غار آهکی ایران (کلهرود) در این دهستان	۰/۰۴۵	۴	۰/۱۸۱
		۰/۰۶۲	۳	۰/۱۸۶
۳	وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغات در نواحی روستائی	۰/۰۴۵	۳	۰/۱۳۵
		۰/۰۶۲	۴	۰/۲۴۸
۴	وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام ورزشها و تفریحاتی از قبیل کوهنوردی و صخره نوردی	۰/۰۳۹	۳	۰/۱۱۹
		۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۷

^۲ - ردیف اول مربوط به دیدگاه مسئولین و مردم، ردیف دوم دیدگاه گردشگران است.

۰/۱۳۵	۳	۰/۰۴۵	داشتن محیط آرام و بدون سروصدا به خصوص برای شهروندان جهت استراحت و گذران اوقات فراغت	۵
۰/۲۴۸	۴	۰/۰۶۲		
۰/۱۰۲	۲	۰/۰۵۱	وضعیت بالای آگاهی و سواد در بین مردم روستا و حس همکاری و مشارکت در بین روستائیان	۶
۰/۱۵۲	۳	۰/۰۵۱	وجود روحیه مهمان‌داری و مهمان‌پذیری این دهستان	۷
۰/۲۰۹	۳	۰/۰۵۱		
۰/۱۱۹	۳	۰/۰۳۹	برخورداری از ساختار جمعیتی جوان و وجود زمینه‌های مساعده در راستای توسعه صنعت گردشگری	۸
۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	نزدیکی روستاهای این دهستان به یکدیگر.	۹
۰/۱۳۹	۳	۰/۰۴۶		
۰/۲۰۳	۴	۰/۰۵۱	نزدیکی به قطب گردشگری (اصفهان)	۱۰
۰/۲۷۹	۴	۰/۰۵۱		
۰/۲۰۳	۴	۰/۰۵۱		
۰/۲۷۹	۴	۰/۰۵۱	دسترسی جاده ای مناسب به منابع گردشگری موجود	۱۱
۰/۲۷۹	۴	۰/۰۵۱		
۰/۱۵۸	۴	۰/۰۳۹	تشکیل انجمن گردشگری روستائی در این دهستان	۱۲
۲/۸۴			جمع	
۲/۰۱				

جدول شماره ۲: شناسایی و برآورد نقاط ضعف

دهستان مورد بررسی: مورچه خورت				
ردیف	نقاط ضعف	ضریب اهمیت	رتبه	نمره نهایی
۱	عدم تمایل بعضی از روستائیان به توسعه گردشگری به دلایل مختلف از جمله عدم آشنایی به صنعت گردشگری، ترس از سرقت محصولات باغی	۰/۰۴۵	۳	۰/۱۳۵
۲	عدم وجود برنامه ریزی گردشگری صحیح در این دهستان	۰/۰۵۱	۳	۰/۱۵۲
۳	ضعف اطلاع رسانی و عدم استقرار نظام جامع تبلیغات و اطلاع رسانی درباره اکو توریسم و صنعت گردشگری روستائی دهستان	۰/۰۴۵	۳	۰/۱۳۵
		۰/۰۶۲	۳	۰/۱۸۶

۰/۱۱۹	۳	۰/۰۳۹	کمبود تجهیزات و امکانات برای حفاظت و حراست از موارث فرهنگی	۴
۰/۱۶۳	۳	۰/۰۵۴		
۰/۱۵۲	۳	۰/۰۵۱	عدم وجود تابلوهای راهنمای آثار فرهنگی- تاریخی و جاذبه‌های گردشگری دهستان	۵
۰/۱۳۹	۲	۰/۰۷۰		
۰/۰۹۰	۲	۰/۰۴۵	عدم وجود افراد متخصص و آموزش دیده و آگاه در خصوص معرفی جاذبه‌های گردشگری در این دهستان	۶
۰/۱۲۴	۲	۰/۰۶۲		
۰/۰۴۵	۱	۰/۰۴۵	نقص آمار و اطلاعات آماری به روز و دقیق در خصوص میزان گردشگران ورودی به این دهستان	۷
۰/۱۰۲	۲	۰/۰۵۱	نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات اقامتی، بهداشتی و خدماتی از قبیل کمپینگ‌های اقامتی، سرویسهای بهداشتی، نمازخانه و ... در کنار جاذبه‌های مهم گردشگری دهستان	۸
۰/۱۳۹	۲	۰/۰۷۰		
۰/۲۰۳	۴	۰/۰۵۱	تخریب بناهای تاریخی در این دهستان	
۰/۲۷۹	۴	۰/۰۷۰		
۰/۰۳۴	۱	۰/۰۳۴	بروز خشکسالی شدید، هر ده سال یکبار و نامساعد بودن شرایط جوی در بعضی از فصول سال	۱۰
۰/۰۴۶	۱	۰/۰۴۶		
۱/۱۶۶				جمع
۱/۰۷۶				

جدول شماره ۳: شناسایی و برآورد فرصت‌ها

نام دهستان مورد بررسی: مورچه خورت				
ردیف	فرصتهای موجود	ضریب اهمیت	رتبه	نمره نهایی
۱	نزدیکی به اماکن تاریخی دارای هویت ملی و جهانی برای شکل‌گیری خدمات و تورهای گردشگری	۰/۰۶۶	۴	۰/۲۶۳
		۰/۱۱۱	۴	۰/۴۴۴
۲	شهرت تاریخی و جهانی مناطق تاریخی این دهستان	۰/۰۵۸	۲	۰/۱۱۷

۰/۱۹۷	۲	۰/۰۹۹		
۰/۲۶۳	۴	۰/۰۶۶	عبور گردشگران زیاد از این دهستان	۳
۰/۲۶۳	۴	۰/۰۶۶	نزدیکی به اصفهان و تهران به عنوان دو کانون مهم جذب گردشگر	۴
۰/۴۴۴	۴	۰/۱۱۱		
۰/۲۶۳	۴	۰/۰۶۶	عبور آزاد راه تهران به جنوب از این منطقه و برخورداری از ترانزیت	۵
۰/۴۴۴	۴	۰/۱۱۱	بین منطقه ای و ملی	
۰/۱۵۳	۳	۰/۰۴۴	وجود ظرفیت مناسب در ناوگان حمل و نقل جاده ای	۶
۰/۱۹۷	۳	۰/۰۶۶	افزایش تبلیغات و اطلاع رسانی در خصوص جاذبه‌های گردشگری	۷
۰/۲۲۲	۲	۰/۱۱۱		
۰/۱۳۱	۳	۰/۰۴۴	وجود نیروهای متخصص و با تجربه در مجاورت با این منطقه (در اصفهان)	۸
۰/۱۹۷	۳	۰/۰۶۶	توجه دولت به گردشگری به عنوان ابزاری جهت رشد و توسعه روستاها	۹
۰/۱۹۷	۳	۰/۰۶۶	افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری	۱۰
۰/۳۳۳	۳	۰/۱۱۱		
۰/۱۰۹	۳	۰/۰۳۶	نزدیکی این دهستان به منطقه حفاظت شده موته	۱۱
۰/۱۸۵	۳	۰/۰۶۲		
۲/۱۵۳				جمع
۲/۲۶۹				

جدول شماره ۴: شناسایی و برآورد تهدیدها

نام دهستان مورد بررسی: مورچه خورت			
ردیف	تهدیدهای موجود	ضریب اهمیت	رتبه
نمره نهایی			
۱	افزایش قیمت و بورس بازی زمین و بالطبع افزایش بار مالی جهت ایجاد تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها	۰/۰۶۶	۴
۲	وجود امکانات و خدمات تفریحی مناسب شهر اصفهان به عنوان عامل رقابتی در جهت جذب گردشگر	۰/۰۵۸	۳
		۰/۰۹۹	۳
۳	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در این نواحی	۰/۰۶۶	۳
۴	کمبود برنامه‌های فرهنگی، نمایشگاهی و جشنواره‌ای در راستای جذب گردشگر	۰/۰۵۱	۳
		۰/۰۹۹	۴
۵	عبور وسایل نقلیه مسافر بری و باربری از مرکز این دهستان و ایجاد آلودگی صوتی و جوی	۰/۰۵۱	۳
		۰/۰۸۶	۳
۶	عدم ثبت بعضی از آثار تاریخی و طبیعی این دهستان در لیست آثار ملی	۰/۰۵۸	۱
جمع		۰/۹۳۳	
		۰/۹۵۱	

تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید

همانطوری که در جداول فوق نشان داده شده است، در دهستان مورد مطالعه، از دیدگاه مسئولین و مردم تعداد ۱۲ قوت داخلی در برابر ۱۱ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۱ فرصت خارجی در برابر ۶ تهدید خارجی شناسایی و ارائه شده است. در مجموع ۲۳ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۱۷ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت و تنگنای پیش روی روستاهای این ناحیه جهت رشد و توسعه گردشگری روستائی قابل شناسائی است. از دیدگاه گردشگران، ۹ نقطه قوت، ۷ نقطه ضعف، ۷ فرصت و ۳ تهدید ارائه گردیده است. در نتیجه رفع ضعف‌ها و تهدیدها و استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها به منظور توسعه گردشگری ضرورتی اجتناب ناپذیر است.

از دیدگاه مسئولین و گردشگران، وجود بناهای تاریخی- فرهنگی، نزدیکی به قطب گردشگری اصفهان، دسترسی جاده‌ای مناسب به منابع گردشگری، بالاترین امتیاز را از میان نقاط قوت به خود اختصاص داده‌اند. در میان نقاط ضعف، تخریب بناهای تاریخی در این دهستان بالاترین امتیاز را دارا است.

در میان فرصت‌های موجود، از دیدگاه مسئولین، عبور بزرگراه تهران به جنوب از این منطقه، عبور گردشگران زیاد، نزدیکی به اصفهان و تهران و نزدیکی به اماکن تاریخی دارای هویت ملی و جهانی بالاترین امتیاز را دارا هستند. در میان تهدیدهای موجود، از دیدگاه مسئولین، افزایش قیمت زمین، عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت و از دیدگاه گردشگران، کمبود برنامه‌های فرهنگی، نمایشگاهی و جشنواره‌ای در راستای جذب گردشگر امتیاز بالاتری دارد.

راهبرد

تدوین موفقیت‌آمیز راهبرد، به سازگار کردن منابع در دسترس سازمان و فرصت‌های موجود در محیط بستگی دارد. شناسایی نقاط ضعف و قوت داخلی و فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی، گام مهمی در فرآیند تدوین راهبرد است. تشکیل ماتریس نقاط ضعف و قوت، فرصت‌ها و تهدیدها، ابزار بسیار مفیدی برای این کار به شمار می‌رود که تحلیل‌گران می‌توانند عوامل مشخص شده در ماتریس SWOT را بازنگری کرده و چهار نوع راهبرد متفاوت تدوین نمایند.

راهبرد ST

- افزایش برنامه‌های فرهنگی، نمایشگاهی و جشنواره‌ای توسط انجمن گردشگری در راستای جذب گردشگر
- تلاش انجمن در جهت ثبت آثار تاریخی و طبیعی این دهستان در لیست آثار ملی
- تهیه و تدارک تسهیلات و خدمات گردشگری توسط انجمن گردشگری
- تقویت پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی در جهت کمرنگ نمودن تهدیدهای زیر ساختی، طبیعی، اقتصادی و فرهنگی

راهبرد WT

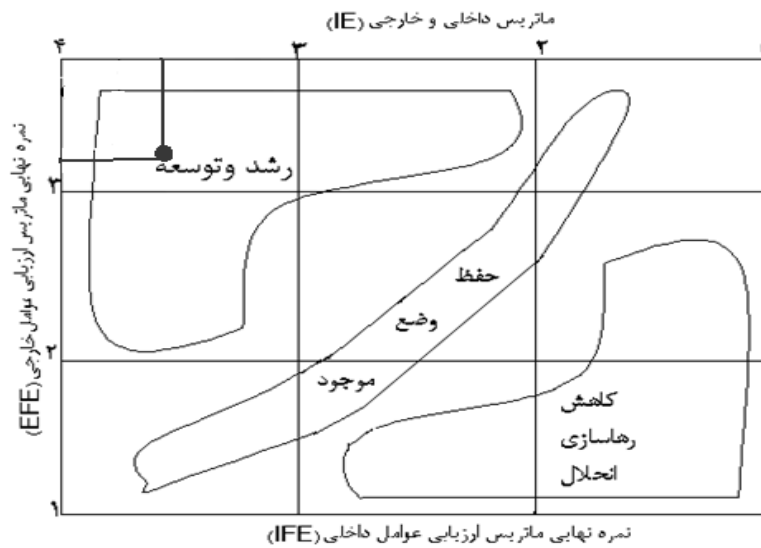
- ارتقاء سطح کمی و کیفی تجهیزات و خدمات گردشگری منطقه، توجه به آموزش نیروی انسانی متخصص و ایجاد پایگاه‌های آماری و اطلاع رسانی جهت کاهش اثرات تهدیدهای طبیعی، فرهنگی، تاریخی
- ارائه تسهیلات و خدمات از سوی دولت به این منطقه در جهت رفع مسائل بهداشتی و اقامتی
- استفاده از توان روستائیان در جهت حفظ و مدیریت منابع گردشگری

راهبرد OW

- بهره‌گیری از آزاد راه تهران به جنوب و نصب تابلوهای آثار فرهنگی - تاریخی جهت هدایت گردشگران
- بهره‌گیری از نیروی متخصص و آموزش دیده مناطق مجاور (شهر اصفهان) در خصوص معرفی جاذبه‌ها
- بهره‌گیری از توجه دولت به گردشگری روستایی در جهت بهبود تسهیلات گردشگری در این منطقه
- بهره‌گیری از نزدیکی به قطب گردشگری اصفهان و انگیزه شهرنشینان برای مسافرت و تفریح در جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری در این منطقه.

راهبرد SO

- احیا و تقویت قابلیت‌های تاریخی و طبیعی با استفاده از فرصت‌های زیر ساختی و تسهیلاتی
- افزایش تبلیغات و نصب تابلوهای راهنما جهت سوق دادن گردشگران به این دهستان
- بهره برداری از قابلیت‌های منطقه با استفاده از فرصت‌های جمعیتی، تاریخی، توپوگرافی و دسترسی منطقه.
- ایجاد تشکل‌های ژئوتوریستی با توجه به پدیده‌های متنوع ژئومورفولوژیکی در منطقه



شکل شماره ۱: ماتریس نهایی

با توجه به اینکه نمره نهایی نقاط قوت و ضعف مسئولین و گردشگران برابر با ۳/۵۴ و نمره نهایی فرصت‌ها و تهدیدات معادل ۳.۱۵ است. لذا جهت استراتژیک گردشگری روستایی در خانه سوم قرار دارد. این موقعیت استراتژیک بیانگر امکان انتخاب و توانمندی منطقه جهت رشد و توسعه گردشگری است.

با توجه به اینکه استخراج نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدید امری تخصصی است و نظام یکسانی ندارد؛ در پایان با ارائه چند راهبرد ترکیبی از بطن راهبردهای ذکر شده، این بحث جمع بندی می‌گردد.

- سامان‌دهی زیر بنای رفاهی- خدماتی گردشگری در محدوده جاذبه‌های گردشگری
- ایجاد و توسعه تأسیسات اقامتی و تفریحی به خصوص کمپ در مسیر آزاد راه اصفهان- تهران
- حفظ و احیاء بناهای تاریخی
- بهره‌گیری مطلوب از منابع انسانی، طبیعی، کالبدی، ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی و رفع محرومیت
- تشویق و حمایت از بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در حوزه گردشگری مورد مطالعه

- ایجاد تسهیلات و اطلاع رسانی و تبلیغ ملی و فراملی جاذبه‌های گردشگری و برگزاری تورهای سیاحتی برای جذب گردشگران خارجی و داخلی

- کنترل و نظارت مستمر بر فعالیتهای گردشگری از سوی ارگان‌های مربوطه

مکان‌یابی

به طور کلی هر نوع مکان‌یابی برای موضوعات مختلف نیازمند طی مراحل ذیل است: الف- شناسایی عوامل تأثیرگذار در مکان‌یابی ب- ارزش‌گذاری لایه‌های اطلاعاتی پ- تلفیق لایه‌های اطلاعاتی و شناسایی مناطق مستعد ت- اولویت‌بندی مناطق مستعد ث- تطبیق نتایج مکان‌یابی با واقعیات زمینی (فرج زاده اصل، ۱۳۸۴: ۹۰).

برای انتخاب نوع مکان تفریحی در این منطقه، نظر مردم را در این زمینه جویا شدیم؛ بیش از ۶۰ درصد آنان کمپ و مکان گذران اوقات فراغت را پیشنهاد دادند.

برای تعیین عوامل و معیارهای مؤثر در مکان‌یابی اماکن تفریحی، و میزان اهمیت این معیارها نسبت به هم، از کتب، مطالعات و گزارشات انجام گرفته در این زمینه و همچنین نظرات مسئولین و متخصصین مربوطه استفاده گردیده که حاصل آن استخراج عوامل و معیارهایی می‌باشد که در مراحل بعدی به آن‌ها اشاره می‌گردد.

هر کدام از این معیارها به عنوان یک لایه وارد محیط GIS شده و در امر تحلیل مورد استفاده واقع شده‌اند.

در مرحله بعدی، به لایه‌های اطلاعاتی وزن‌هایی متناسب با درجه اهمیت و تأثیر آن‌ها در انتخاب مکان مناسب داده می‌شود. جهت دستیابی به این شاخص‌ها، نیاز به یک سری نقشه‌ها و پایگاه اطلاعاتی بود که این‌ها در محیط ArcGIS آماده گردید و پس از آماده سازی این نقشه‌ها، جهت تحلیل و مکان‌یابی مربوطه از روش Model builder استفاده گردید.

در این مدل جهت دادن وزن‌های مورد نظر به این معیارها از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) استفاده شد. در این روش بر اساس ماتریسی که به دست می‌آوریم علاوه بر وزن گذاری، اثر گذاری شاخص‌ها را نیز در نظر می‌گیریم.

تحلیل سلسله مراتبی یا AHP به عنوان یکی از کارآمدترین تکنیک‌ها برای تصمیم‌گیری در حل مسائل چند معیاره است. این تکنیک که بر اساس نحوه تحلیل انسان از مسائل فازی و اولین بار توسط توماس. ال ساتی^۴ در سال ۱۹۸۰ مطرح شده، از جامع‌ترین سیستم‌ها برای تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه است. زیرا این تکنیک امکان فرموله کردن معیارهای مختلف کمی و کیفی را در مسأله دارد. این فرآیند گزینه‌های مختلف را در تصمیم‌گیری دخالت داده و امکان تحلیل حساسیت روی معیارها و زیر معیارها را دارد (قدسی پور، ۱۳۸۱: ۳۹). معیارهای مورد نظر بر اساس اهمیت‌شان از ۹-۱ طیف بندی گردید. عدد ۱ دارای ارزش کم و ۹ دارای ارزش بالا است.

عوامل مؤثر در مکان‌یابی کمپ

کمپ مورد نظر دارای چند باب مغازه، فضای اقامتی کوتاه مدت و بلند مدت (مهمانسرا) فضای خدماتی، تفریحی- بهداشتی، فضای ورزشی، پارکینگ، فضای سبز و... است. عوامل مؤثر بر مکان‌یابی کمپ عبارتند از:

فاصله از اماکن تاریخی، برخورداری از محیطی جذاب با مناظر دیدنی، عدم استقرار در زمین‌های کشاورزی، دسترسی به جاده یا بزرگراه اصلی، موجودیت و امکان فراهم کردن زیرساخت‌ها، به خصوص آب، برق و...^۵

^۴ TOMAS L.SAATY

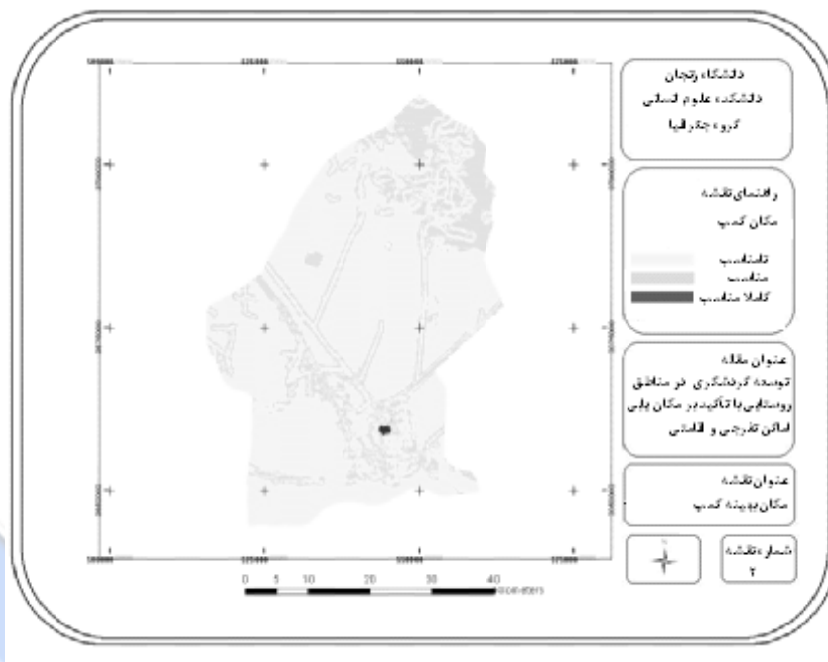
^۵ Edward inskeep1991,p.257

تلفیق لایه‌های اطلاعاتی و شناسایی مناطق مستعد

برای تلفیق نقشه‌های وزن گذاری شده از دستور **weighted overlay** استفاده گردید. با استفاده از این دستور، وزن‌های داده شده در مراحل قبلی با یکدیگر جمع گردید و سپس در قسمت **in fluence** به شاخص‌هایی که بیشترین و کمترین تأثیر را در مکان یابی دارا هستند به ترتیب بیشترین و کمترین وزن داده شد. به گونه‌ای که جمع **influence** از ۱۰۰ بیشتر نگردد.

اولویت بندی مناطق مستعد

پس از تلفیق نقشه‌ها و بررسی اثر گذاری شاخص‌ها جدولی به دست می‌آید که شامل کدهای ۱ تا ۹ است که ما بسته به اهمیت شان طبقه بندی مجدد انجام دادیم و سه کد ۱ و ۲ و ۳ مشخص گردید که کد ۱ نشان دهنده مکان نامناسب، کد ۲، مناسب و کد ۳ کاملاً مناسب برای کمپ است. سپس مساحت کدهای ۳ را به دست آورده و این مکان با ۲۸۰۰۰ مترمربع، ظرفیت حداقل ۳۵۰۰ جادر هر یک به ابعاد ۸ متر مربع برای اسکان ۳ تا ۵ نفر را دارا است نقشه شماره (۲).



نقشه شماره ۲: مکان بهینه کمپ

عوامل مؤثر در مکان یابی سفره خانه سنتی

- این مکان با مساحت ۲۵۰۰ متر مربع پیش بینی می‌گردد.
- دارای تجهیزات پخت و پز و سروهای غذا با استاندارد مناسب و بهداشتی باشد.
- دارای بخش‌های اداری، مدیریتی، دستشویی و آشپزخانه باشد.
- بخش پذیرایی و غذاخوری آن با گنجایش ۱۰۰ نفر دارای تجهیزات و مبلمان زیبایی سنتی باشد.

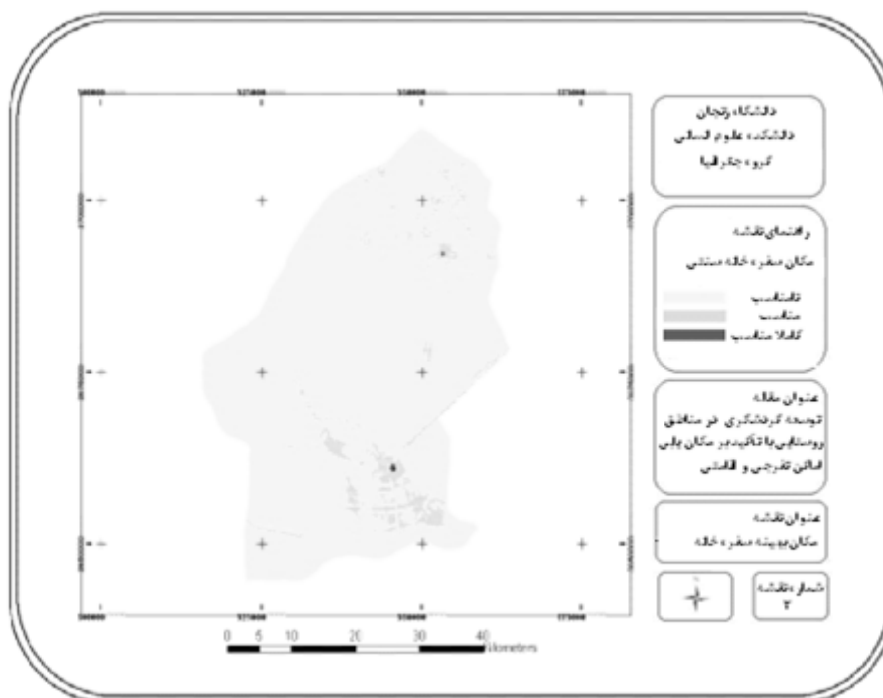
- محوطه سازی و فضای سبز جهت ورودی سفره خانه در نظر گرفته شود.

- دارای پارکینگ برای ۵۰ خودرو باشد.

برای مکان‌یابی این مکان تفریحی، شاخص‌های زیر در نظر گرفته شده است: فاصله از مراکز کشاورزی، شبکه دسترسی، چشم انداز مناسب، شیب مناسب، نزدیکی به جاذبه‌های تاریخی

اولویت بندی مناطق مستعد

با توجه به نقشه شماره (۳) پس از تلفیق نقشه‌ها و بررسی اثرگذاری شاخص‌ها، سه کدها ۳، ۲، ۱ به دست آمد که کد ۳ نشان دهنده مکان کاملاً مناسب برای سفره خانه سنتی است. سپس مساحت کدهای ۳ بدست آمد و این دو مکان با مساحت ۲۴۷۵ و ۲۴۶۰ بهترین مکان شناخته شدند.



نقشه شماره ۳: مکان بهینه سفره خانه

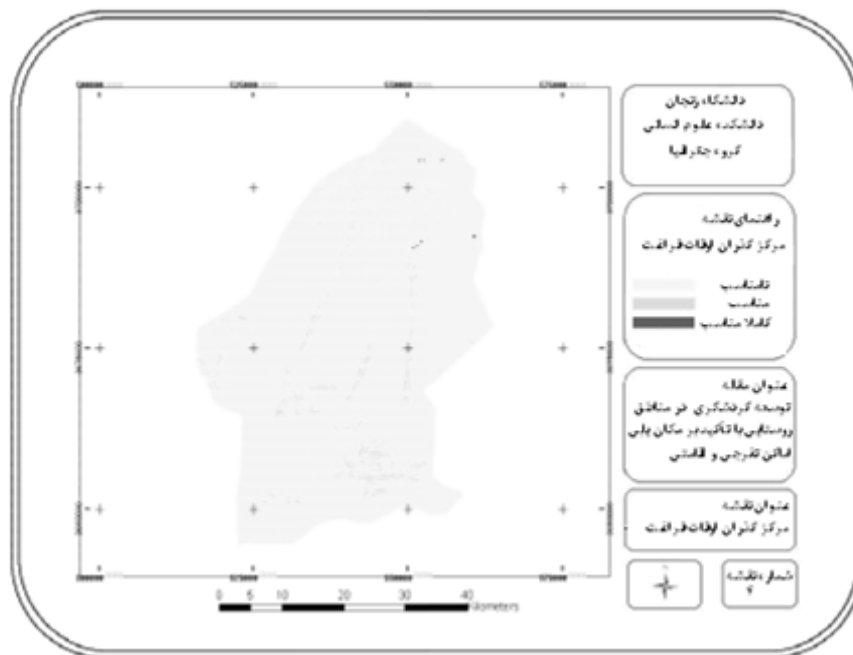
مرکز گذران اوقات فراغت

دامنه فعالیت‌های تفریحی و گردشگری در این مکان شامل موارد زیر است. دامنه نوردی و پیاده‌روی در طبیعت، فعالیت‌های آبی مانند قایق سواری، فعالیت‌های ورزشی در محیط طبیعی مانند صخره نوردی و مسابقات دو در طبیعت، الاغ سواری و شتر سواری

برای این مکان تفریحی، شاخص‌های زیر مد نظر است: نزدیکی به رودخانه‌ها، شیب، ناهمواری‌ها، شبکه دسترسی.

اولویت بندی مناطق مستعد

در این مرحله، نقشه‌هایی که به آن‌ها اشاره گردید؛ با یکدیگر تلفیق شدند و پس از بررسی اثر گذاری شاخص‌ها، سه کد ۱ و ۲ و ۳ مشخص گردید که کد ۳ با توجه به نقشه شماره (۴) مکان بهینه گذران اوقات فراغت است. سپس مساحت کدهای ۳ بدست آمد و این ۷ نقطه با مساحت ۲۰۰ تا ۱۵۰۰ بهترین مکان شناخته شدند.



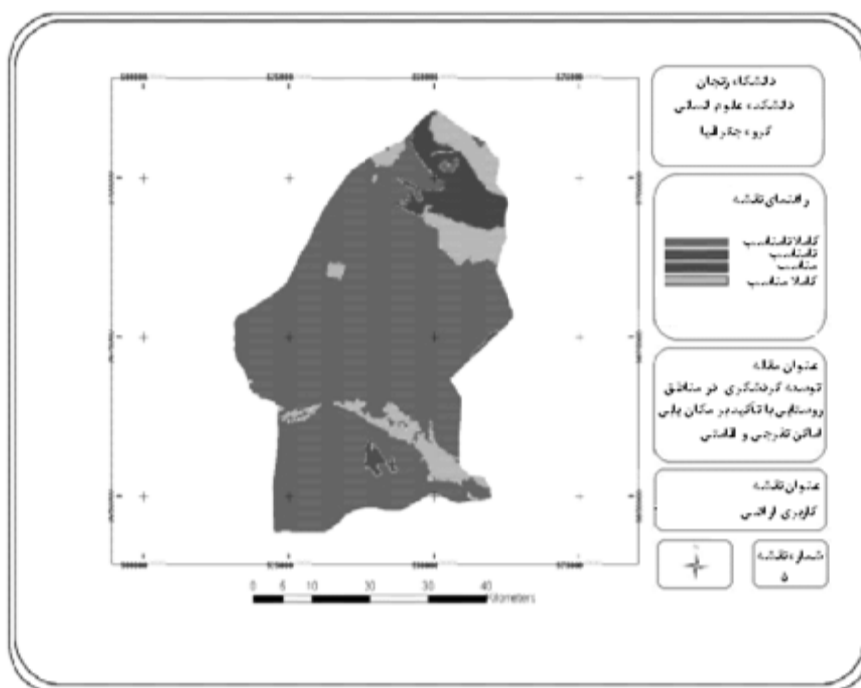
نقشه شماره ۴: مرکز گذران اوقات فراغت

تطبیق مدل مکان یابی با واقعیات زمینی

به منظور تطبیق نتایج به دست آمده از مدل ارائه شده در مکان‌یابی اماکن تفریحی با واقعیات موجود در منطقه مورد مطالعه، نقشه کاربری اراضی موجود آن تهیه شده و نتایج به دست آمده مدل مذکور در نقشه ارزش‌گذاری نهایی منعکس شده است، این نقشه تناسب زمین‌های منطقه را به ۴ طبقه، کاملاً مناسب، مناسب، نسبتاً مناسب و نامناسب تقسیم کرده است. که طبقات خوب با در نظر گرفتن کلیه پارامترهایی که در فرآیند مکان‌یابی تأثیر داده شده‌اند برای ایجاد مراکز تفریحی انتخاب می‌گردند.

بر اساس دیدگاه کارشناسان محلی، مستعدترین زمین‌ها برای تبدیل به مراکز تفریحی، شامل حاشیه رودخانه‌ها، زمین‌های بایر، زمین‌هایی که مالکیت دولتی دارند مانند زمین‌های اختصاص داده شده به مراکز آموزشی، نظامی، اداری و... دانسته‌اند.

مقایسه نقشه‌های به دست آمده با نقشه شماره (۵) نشان می‌دهد که اماکن تفریحی و اقامتی به دست آمده، کاملاً با کاربری‌های موجود انطباق دارند.



نقشه شماره ۵: کاربری اراضی

نتیجه گیری

امروزه گردشگری در مناطق روستایی اهمیت ویژه‌ای یافته و وسیله‌ای برای رفاه جوامع محلی تلقی می‌شود. به عبارت دیگر، نقش مهمی در بازساخت سکونت‌گاه‌های روستایی ایفا می‌نماید و توسعه این نواحی را به همراه خواهد داشت. دهستان مورچه خورت از پتانسیل‌های طبیعی، انسانی، اقتصادی، کالبدی قابل توجهی برای گردشگری روستایی برخوردار است؛ مهمتر از همه موقعیت جغرافیایی آن است.

این دهستان، در فاصله ۵۵ کیلومتری و با زمان دسترسی ۳۷ دقیقه از شهر اصفهان قرار دارد. بر اساس نتایج پرسشنامه جوامع محلی، شاهین شهر و اصفهان بیش از ۸۰ درصد مسافران این منطقه را به خود اختصاص داده اند. این افراد بیشتر برای گذران تعطیلات آخر هفته خود دهستان مورچه خورت را انتخاب می‌کنند. بیش از ۴۱ درصد از گردشگران نزدیکی منطقه مذکور به شهر اصفهان را دلیل انتخاب محل برای گذران اوقات فراغت ارزیابی کردند.

میانگین تردد روزانه انواع وسایل نقلیه از محور اصفهان - مورچه خورت، ۲۹۸۰۰۹ و محور مورچه خورت - اصفهان ۳۵۱۵۷۵ است. این امر نشان دهنده موقعیت بسیار مناسب منطقه مورد مطالعه در نزدیکی کلان شهر است. در صورت ایجاد تسهیلات مورد نیاز می‌توان گردشگران بسیاری را به این دهستان جذب نمود.

مطابق با مدل SWOT، در میان نقاط قوت، از دیدگاه مسؤلین و گردشگران، نزدیکی به قطب گردشگری اصفهان، به ترتیب با ۰/۲۰۳ و ۰/۲۷۹ بالاترین امتیاز را به خود اختصاص داده است که این نشان دهنده نقش مؤثر اصفهان در توسعه گردشگری این منطقه است.

از این لحاظ، ایجاد مراکز تفریحی و تفریحی جهت بالا بردن میزان توقف مسافران و استفاده از این زمان جهت بازدید از آثار باستانی، یادمانه‌های تاریخی، جاذبه‌های طبیعی و... حائز اهمیت است. با تطبیق نتایج حاصل از مکان‌یابی با واقعیت زمینی، مشخص گردید که مکان بدست آمده کاملاً منطبق با کاربری‌های مناسب جهت رشد و توسعه گردشگری است.

با توجه به اینکه بهترین میزان دسترسی به جاده‌ها ۲۵۰۰-۵۰۰ متر است و از طرفی مکان بهینه جهت احداث مراکز اقامتی در این محدوده واقع شده است، این عامل می‌تواند به عنوان یکی از پتانسیل‌های بالقوه و مؤثر جهت جذب مسافران گذری باشد.

روزانه نزدیک به ۶۴۹۵۸۴ هزار مسافر از این منطقه عبور می‌کند در صورت ایجاد مراکز تفریحی در این دهستان به منظور افزایش مدت اقامت مسافران و در نتیجه آن بالا رفتن سطح درآمد ساکنین محلی از طریق خدمات رسانی به این افراد، می‌توان زمینه اشتغال جوانان را فراهم آورد.

با توجه به نتایج پرسشنامه، هر گردشگر به طور روزانه ۲۵۰.۰۰۰ ریال هزینه می‌نماید. با مکان‌یابی اماکن تفریحی، اگر تنها ۱ درصد از مسافرین عبوری (۲۳۷۰۹۸۱/۶ نفر) وارد دهستان مورچه خورت شوند سالیانه مبلغی حدود ۵۹.۲۷۴.۵۴۰.۰۰۰ ریال وارد چرخه اقتصادی این منطقه می‌گردد.

میزان بیکاری در این منطقه ۶/۹ درصد می‌باشد. (۸۸ نفر) که در صورت به کارگیری راهبردهای مؤثر در زمینه ایجاد مراکز تفریحگاهی و استخدام ۵۷ درصد پرسنل بومی، می‌توان زمینه‌های لازم را برای بازساخت محیط اجتماعی- اقتصادی فراهم آورد.

منابع و مآخذ

- ترنر، تام، (۱۳۷۶) شهر، همچون چشم انداز، تهران: شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
 - تولایی، سیمین، (۱۳۸۵)، مروری بر صنعت گردشگری، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
 - جان، لی، (۱۳۷۸)، گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه: عبدالرضارکن الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین، تهران: شرکت چاپ و نشر، چاپ اول.
 - حسینی ابری، حسن، (۱۳۸۰)، مدخلی بر جغرافیای روستایی ایران، اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.
 - فرانسواولا، یونل بیچریل، (۱۳۸۴)، گردشگری بین المللی، ترجمه: محمد ابراهیم گوهر ومحمد مهدی کتابچی، تهران: انتشارات امیر کبیر.
 - فرج زاده اصل، منوچهر، (۱۳۸۴)، سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی توریسم، قم، انتشارات سمت، چاپ اول، چاپ مهر.
 - قادری، زاهد؛ (۱۳۸۳)، برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی، تهران، انتشارات سازمان دهیاری ها و شهرداری های کشور، چاپ اول.
 - قدسی پور، حسن، (۱۳۸۱)، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) / ای. اچ. پی، تهران، انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
 - منشی زاده، رحمت الله، (۱۳۷۶)، جهانگردی، انتشارات مسعی.
 - منشی زاده، رحمت الله، (۱۳۸۴)، اندر مقوله گردشگری، انتشارات منشی.
 - منصوری، علی، (۱۳۷۸)، گردشگری و توسعه پایدار، نشریه سپهر.
 - هجرتی، محمد حسن، (۱۳۷۹)، جغرافیا و توسعه روستایی، تهران: مرکز فرهنگی آبا، چاپ اول.
-
- Butler, R.W. (1993), Tourism-an evolutionary Perspective, . In J. G. Nelson, R. Bulter& G. wall. Tourism and sustainable development. Monitoring, planning, and managing (pp. 26-45). Waterloo: Heritage Resource centre, University of waterloo.
 - Semih Onut, Selin Soner, (2008), Transshipment Site selection Using the AHP and Topsis Approaches under Fuzzy Environment.
 - GIS.
 - Goodwin, H, (1996) In Pursuit of Ecotourism. Biodiversity and conservation. 5(3), 277-291.
 - Wttc, WTO, and the Earth council. (1995) Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry- Towards Environmentally Sustainable Development, World Travel and Tourism Council, World Tourism Organization and the Earth Council, London.
 - World Bank, (1975) Rural development. sector policy paper.

• برگرفته از فصلنامه علمی پژوهشی میراث و گردشگری (شماره دوم)