

پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۹، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶
ص. ۸۱-۹۴

ارزیابی، ظرفیت‌سنجی و پهنه‌بندی مناطق مستعد گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (مطالعه موردی: استان اصفهان)

سیداسکندر صیدایی - دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان
سیده سمیه حسینی* - دکتری توریسم، دانشگاه کازان، روسیه (بورسیه دانشکاه اصفهان)

پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۰۳/۱۵ تأیید نهایی: ۱۳۹۴/۰۳/۱۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی و تعیین اولویت پهنه‌های مستعد گردشگری در استان اصفهان انجام گرفته است. با توجه به مؤلفه‌های مورد بررسی، نوع تحقیق کاربردی - توسعه‌ای است و روش تحقیق توصیفی - پیمایشی و براساس تجزیه و تحلیل سیستمی است. در این تحقیق به منظور ارزیابی براساس تعداد جاذبه، سطوح عملکرد (ملی، محلی، بین‌المللی) و سطوح دسترسی (پیاده، سواره) نسبت به جاذبه‌های گردشگری امتیاز داده شده است. پژوهش صورت گرفته در ظرفیت‌سنجی استان اصفهان به دلیل توسعه گردشگری نشان می‌دهد عمده‌ترین پتانسیل‌های موجود گردشگری انسان‌ساخت در شهرهای اصفهان و مبارکه است. طبق امتیازات داده شده ۳۲ و ۱۴/۶۶ درصد پتانسیل‌های گردشگری انسان‌ساخت مربوط به این دو شهرستان است و از این جهت موقعیت خوبی در سطح استان دارند. در ارزیابی ظرفیت گردشگری تاریخی - فرهنگی استان مشاهده شد بیشترین ظرفیت در مرکز به مرکزیت شهر اصفهان و در شمال شرق به مرکزیت شهر کاشان است. تقریباً ۳۴/۰۷ و ۲۲/۵۵ درصد جاذبه‌های گردشگری تاریخی - فرهنگی منطقه براساس امتیازات داده شده متعلق به این دو شهرستان است که ۷۶/۴۹ درصد از جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی شهرستان اصفهان متعلق به شهر اصفهان است. بیشترین ظرفیت گردشگری طبیعی استان اصفهان در دو پهنه جنوب و غرب استان است که براساس امتیازات داده شده به پنج گروه طبقه‌بندی شده‌اند و بیشترین امتیازات به شهرستان‌های سمیرم و فریدون‌شهر مربوط است و این مناطق برای توسعه گردشگری طبیعت‌محور مناسب‌اند.

واژه‌های کلیدی: استان اصفهان، سیستم اطلاعات جغرافیا، گردشگری انسان‌ساخت، گردشگری تاریخی فرهنگی، گردشگری طبیعی.

مقدمه

گردشگری سومین اقتصاد بزرگ جهان محسوب می‌شود (ایکوم، ۲۰۰۷). این صنعت به لحاظ فعالیت‌های تولیدی و همچنین افزایش فرصت‌های مستقیم و غیرمستقیم اشتغال، اهمیت اقتصادی دارد (کوکوکیس، ۲۰۰۸: ۸). به علاوه، گردشگری هم برای گردشگران و هم ساکنان، مزایای اجتماعی به همراه دارد و حرکت گردشگران به تبادل فرهنگی کمک می‌کند (سکولیدز و دیگران، ۲۰۰۲: ۳۰۳). همچنین گردشگری تأثیرات فرعی بر سایر بخش‌های اجتماعی-اقتصادی دارد و به این ترتیب توسعه زیرساخت‌ها و خدمات عمومی را ارتقا می‌بخشد (فلچر، ۲۰۰۸).

به عبارت دیگر، گردشگری یکی از صنایعی است که بالاترین سرعت رشد را در سطح جهان دارد. پتانسیل بالقوه این صنعت برای تولید درآمد ارز خارجی، جذب سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی، افزایش درآمدهای مالیاتی و ایجاد مشاغل، انگیزه‌ای برای کشورهای در حال توسعه در ترویج گردشگری به عنوان یک موتور برای رشد کلان اقتصادی بوده است (تورس و دیگران، ۲۰۰۴: ۲۹۴).

گردشگری طبیعت‌محور ممکن است نقش مثبتی در توسعه اقتصاد محلی جامعه ایفا کند و مزایای چشمگیری در شرایط اقتصادی میزبان به ارمغان آورد (مهتوگلو، ۲۰۰۷: ۶۵۱). مزایای اقتصادی حاصل از گردشگری طبیعت‌محور عبارت‌اند از: ایجاد فرصت‌های اشتغال محلی، درآمدهای حاصل از گردشگری، بهبود زیرساخت‌ها و ارز خارجی (لانی و نپال، ۲۰۰۶: ۱۱۷). گردشگری طبیعت‌محور عامل پیونددهنده حفاظت از حیات وحش و توسعه اقتصادی نیز شناخته شده است. براساس عقیده برخی از محققان، این صنعت استفاده مؤثر از تمامی منابع را جاودانه می‌سازد و مشوق‌هایی را به منظور حفظ سیستم‌های طبیعی تقریباً بکر به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه فراهم می‌آورد (کیس، ۲۰۰۴: ۲۹۴). مزایای حاصل از حفاظت از گردشگری طبیعت‌محور به جایگزینی فعالیت‌های تولیدی در راستای کاهش فشار تحمیل‌شده به منابع از طریق تأمین یک منبع درآمد مطمئن و پایدار بستگی دارد (واندر، ۲۰۰۰: ۴۶۵). همچنین سازمان جهانی گردشگری فرهنگی را این چنین تعریف می‌کند: «حرکت انسان‌ها با انگیزه فرهنگی مانند تورهای تحصیلی، یادگیری هنر، مسافرت برای جشنواره‌ها و سایر رویدادهای فرهنگی، بازدید از سایت‌ها و بناها، سفر با ماهیت تحصیلی، فولکلور یا هنر و زیارت ...». از نظر فنی، گردشگری فرهنگی شامل حرکت انسان برای دیدن جاذبه‌های فرهنگی ویژه مانند مکان‌های میراث فرهنگی، نشانه‌های زیباشناختی و فرهنگی، هنرها و نمایش‌هایی می‌شود که در خارج از مکان معمولی قرار دارند.

در بسیاری از کشورها، اماکن میراث جهانی نمادی محسوب می‌شوند که تأثیر آن‌ها بر ارزش‌های جاری همچنان ادامه دارد (ایکوموس، ۱۹۹۳). هرچند فهرست میراث جهانی با توافق جهانی با هدف شناسایی، به رسمیت شناختن و حفاظت از اماکن ارزشمند جهانی حاصل شده است، به‌طور فزاینده از اماکن میراث جهانی برای انجام‌دادن فعالیت‌ها و برنامه‌ها در راستای بازاریابی گردشگری بهره گرفته شده است که این برنامه‌ها هر سال شمار وسیعی از گردشگران (بازدیدکنندگان) را جذب می‌کند و امکان دیده‌شدن مقاصد را در سطح بین‌المللی از طریق سیاست‌های تدوین‌شده از سوی بخش خصوصی، کشورهای میزبان و کمیته میراث جهانی افزایش می‌دهد (دراست، ۱۹۹۶: ۴۷۹).

استان اصفهان به دلیل داشتن صدها ابنیه باارزش تاریخی و پتانسیل‌های طبیعی، امکان موفقیت در این زمینه را دارد. اولین گام برای به حرکت درآوردن چرخ توسعه گردشگری، شناسایی، ارزیابی و معرفی قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه موجود است که با شناخت و برنامه‌ریزی همه‌جانبه می‌توان زمینه‌های توسعه را مهیا کرد. به عبارت دیگر، بدون آگاهی و شناخت پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری در هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی وجود ندارد. درواقع، شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های هر منطقه به محقق امکان می‌دهد تا براساس وضع موجود و توان منطقه توسعه و جهت آن را شناسایی کند.

مبانی نظری

آگاهی جوامع درباره درآمد ارزی بسیار مناسب و شایان توجه گردشگری برای کشورها موجب شده است گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و یک صنعت تلقی شود (طیبی و دیگران، ۱۳۸۶: ۸۴). توجه به مقوله گردشگری از زمانی مهم‌تر جلوه کرده است که براساس آمارها، صنعت گردشگری به دومین منبع درآمد در بیش از ۴۹ کشور درحال توسعه تبدیل شده و راهبردی برای افزایش درآمد و فقرزدایی در این کشورها محسوب شده است (عاشری و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۱۱). گسترش صنعت گردشگری در مکان‌هایی که توان جذب گردشگر را دارند ابزاری در راستای رشد و توسعه همه‌جانبه جوامع میزبان محسوب می‌شود.

طبقه‌بندی‌های مختلفی درباره منابع و جاذبه‌های گردشگری صورت گرفته است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها طبقه‌بندی ادوارد اینسکیپ است که منابع و جاذبه‌ها را به سه دسته اصلی طبیعی، تاریخی- فرهنگی و انسان‌ساخت تقسیم کرده است. هریک از این سه گونه اصلی زیرگونه‌هایی دارند.

گردشگری طبیعت‌محور به شکلی از گردشگری اطلاق می‌شود که اصولاً متکی بر محیط‌های طبیعی تقریباً توسعه‌نیافته به دلیل جاذبه‌های آن‌هاست (وورزینگر و یوهانسن، ۲۰۰۶: ۲۱۷). این نوع گردشگری از اساس با احساس لذت مستقیم از برخی پدیده‌های دست‌نخورده و بکر طبیعت مرتبط است (والنتاین، ۱۹۹۲: ۱۰۵). اکوتوریسم (گردشگری بوم‌شناختی) نیز زیرمجموعه‌ای از گردشگری طبیعی است که به صورت سفر مسئولانه به مناطق طبیعی تعریف می‌شود و هدف آن کاهش تأثیرات منفی همراه با تأمین فرصت‌های اقتصادی مهم برای ساکنان بومی (محلی) است (وورزینگر و یوهانسن، ۲۰۰۶: خان، ۱۹۹۷؛ جامعه بین‌المللی اکوتوریسم، ۲۰۰۶؛ واندر، ۲۰۰۰). سیالوس- لاسکرین (۱۹۹۶) و بالانتین و ایگلز (۱۹۹۴) برای اولین بار اصطلاح اکوتوریسم را مطرح کردند. در هر دو پژوهش، اکوتوریسم به معنای لذت‌بردن از طبیعت دست‌نخورده و بکر است (دولینکر، ۲۰۰۶). هرچند گردشگری طبیعت‌محور و اکوتوریسم به حوزه‌هایی با سطح رشد بالا در صنعت گردشگری تبدیل شده‌اند، این بخش‌ها همچنان سهم اندکی از تعداد کل بازدیدکنندگان را دربرمی‌گیرند (زیفر، ۱۹۸۹؛ جوریس و دیگران، ۲۰۰۲).

میراث یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های گردشگری در بسیاری از اقتصادهای پیشرفته است که سرعت رشد آن نیز بیش از سایر مؤلفه‌هاست (آلزو و دیگران، ۱۹۹۸؛ هربرت، ۲۰۰۱). در ایالات متحده آمریکا، گردشگری میراثی یکی از بخش‌های مهم گردشگری داخلی نیز محسوب می‌شود که در سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۲ به میزان رشد سالانه معادل ۱۳ درصد رسیده است و تقریباً شامل ۲۱۶,۸۰۰,۰۰۰ سفر شخصی به اماکن میراثی در سال ۲۰۰۲ و هزینه متوسطی بالغ بر ۶۲۳ دلار بوده است که این رقم تقریباً ۵۰ درصد بالاتر از گردشگران (بازدیدکنندگان) غیرمیراثی است (انجمن صنعت گردشگری آمریکا و مجله اسمیت سونیان، ۲۰۰۳). علاوه بر نقش گردشگری میراثی در توسعه اقتصاد، این نوع گردشگری در سطح گسترده روشی مؤثر به منظور دستیابی به نقش آموزشی گردشگری محسوب شده است (دین و دیگران، ۲۰۰۲؛ لایت، ۲۰۰۰؛ لوونتال، ۱۹۹۸؛ ترن بریج، ۱۹۹۴) که این امر از طریق کمک به دولت در اثرگذاری بر عقاید عمومی و کسب حمایت برای اهداف ایدئولوژیکی ملی (گوردون، ۱۹۶۹)، ترویج آمال و اهداف ملی (کوهن-هت، ۲۰۰۴)، ساخت یک تصویر ملی مثبت (ریشر، ۱۹۸۰) و تولید هویت ملی (هال، ۱۹۹۵؛ اوکانر، ۱۹۹۳؛ پریتر، ۲۰۰۳؛ یوری، ۱۹۹۰) تحقق می‌یابد.

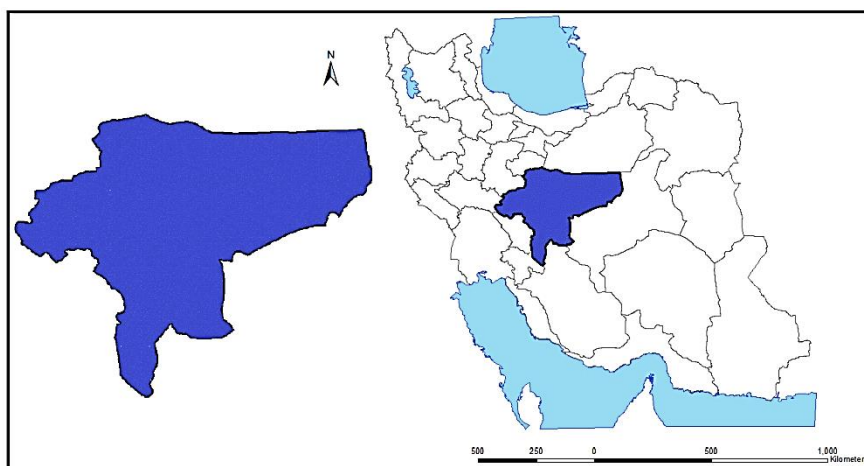
روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی و تعیین اولویت پهنه‌های مستعد گردشگری در استان اصفهان انجام گرفته است. با توجه

به مؤلفه‌های مورد بررسی، نوع تحقیق کاربردی- توسعه‌ای و روش تحقیق توصیفی- پیمایشی است که براساس تجزیه و تحلیل سیستمی و با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها، ارزیابی قابلیت‌ها، تلفیق و ترکیب و تعیین مناطق مستعد صورت گرفته است. در این تحقیق، به‌منظور ارزیابی براساس تعداد جاذبه، سطوح عملکرد (ملی، محلی، بین‌المللی) و سطوح دسترسی (پیاده، سواره) نسبت به جاذبه‌های گردشگری امتیاز داده شده است.

معرفی منطقه مورد مطالعه

استان اصفهان با مساحتی حدود ۱۰۷۰۱۹ کیلومترمربع بین ۳۰ درجه و ۴۳ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و ۴۹ درجه و ۳۸ دقیقه تا ۵۵ درجه و ۳۲ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار گرفته است. این استان که در مرکز ایران واقع شده است از شمال به استان‌های مرکزی، قم و سمنان، از جنوب به استان‌های فارس و کهگیلویه و بویراحمد، از شرق به استان یزد و از غرب به استان‌های لرستان و چهارمحال بختیاری محدود است. براساس آخرین تقسیمات کشوری در سال ۱۳۹۰، این استان شامل ۲۳ شهرستان، ۱۰۴ شهر، ۴۵ بخش و ۱۲۴ دهستان است و مرکز آن شهر اصفهان است (سالنامه آماری استان اصفهان، ۱۳۹۰).



نقشه ۱. موقعیت استان اصفهان

بحث و یافته‌ها

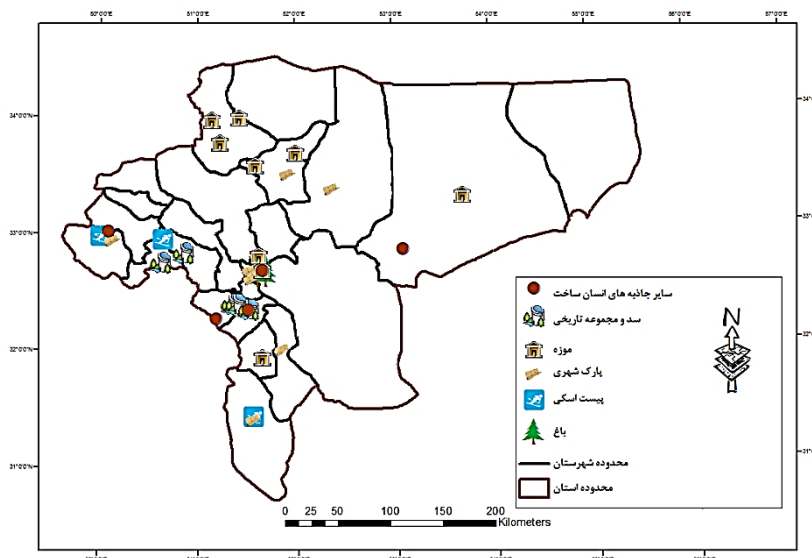
این پژوهش مبتنی بر تجزیه و تحلیل سیستمی است و با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها، ارزیابی قابلیت‌ها، تلفیق و ترکیب و تعیین مناطق مستعد براساس تجزیه و تحلیل سیستمی، در پنج مرحله به شرح زیر انجام گرفته است:

۱. شناسایی منابع

به‌طور خلاصه فرایند شناسایی منابع شامل مراحل الف) تهیه نقشه پراکندگی جاذبه‌های انسان‌ساخت؛ ب) تهیه نقشه پراکندگی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی؛ ج) تهیه نقشه پراکندگی جاذبه‌های طبیعی می‌شود. این نقشه‌ها در ادامه توضیح داده می‌شوند.

الف) تهیه نقشه پراکندگی جاذبه‌های انسان‌ساخت

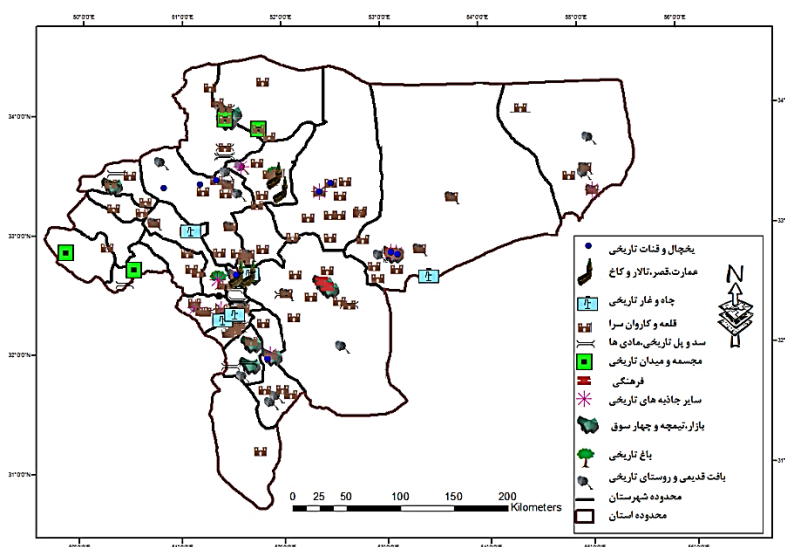
این نقشه شامل تهیه نقشه پراکندگی باغ، تهیه نقشه پراکندگی موزه، تهیه نقشه پراکندگی پیست اسکی، تهیه نقشه پراکندگی پارک شهری، تهیه نقشه پراکندگی سد و مجموعه تفریحی، تهیه نقشه پراکندگی سایر جاذبه‌های انسان‌ساخت می‌شود.



نقشه ۲. پراکندگی جاذبه‌های انسان‌ساخت استان اصفهان

(ب) تهیه نقشه پراکندگی جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی

این نقشه شامل تهیه نقشه پراکندگی آب‌انبار، حمام تاریخی و آسیاب، تهیه نقشه پراکندگی امامزاده، بقعه، آرامگاه، زیارتگاه و خانقاه، تهیه نقشه پراکندگی خانه تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی مسجد و مدرسه تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی قلعه و کاروانسرا، تهیه نقشه پراکندگی بافت قدیمی و روستای تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی تپه، محوطه، قبرستان و مجموعه تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی عمارت، قصر، تالار و کاخ، تهیه نقشه پراکندگی چهارطاقی و آتشکده، تهیه نقشه پراکندگی سد و پل تاریخی و مادی‌ها، تهیه نقشه پراکندگی کتیبه و سنگ‌نگاره، تهیه نقشه پراکندگی باغ تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی بازار، تیمچه و چهارسوق، تهیه نقشه پراکندگی مجسمه و میدان تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی کارخانه، معدن و بنای تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی محله تاریخی و گذر، تهیه نقشه پراکندگی یخچال و قنات تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی حسینیه و تکیه، تهیه نقشه پراکندگی غار و چاه تاریخی، تهیه نقشه پراکندگی کبوتر خانه، مناره، برج و بارو، تهیه نقشه پراکندگی کلیسا، تهیه نقشه پراکندگی کنیسه، تهیه نقشه پراکندگی جاذبه‌های فرهنگی، تهیه نقشه پراکندگی سایر جاذبه‌های تاریخی است.



نقشه ۳. پراکندگی جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی استان اصفهان

۴، ۶ کیلومتر در نظر گرفته شد؛ یعنی ۱ کیلومتر برای جاذبه‌هایی که داخل روستا یا خارج از محدوده روستا یا شهر قرار دارند، ۴ کیلومتر برای جاذبه‌هایی که داخل شهرهای کوچک و متوسط مستقرند و ۶ کیلومتر برای جاذبه‌هایی که داخل شهرهای بزرگ قرار دارند. برای دسترسی سواره، اندازه بوفر بین ۹۰، ۵۰، ۴۰ کیلومتر تعیین شد؛ یعنی ۹۰ کیلومتر برای جاذبه‌هایی که داخل روستا یا خارج از محدوده روستا یا شهر قرار دارند، ۵۰ کیلومتر برای جاذبه‌هایی که داخل محدوده شهرهای کوچک و متوسط مستقرند، ۴۰ کیلومتر برای جاذبه‌هایی که داخل شهرهای بزرگ قرار دارند.

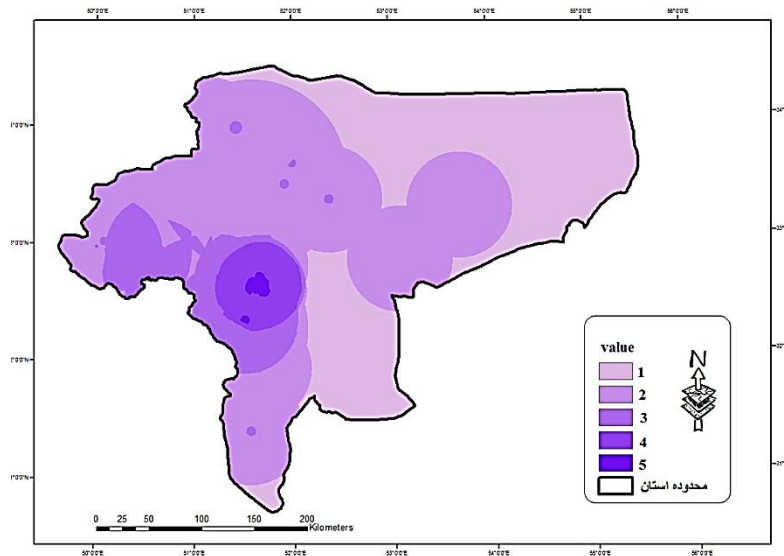
۳. امتیازدهی

پس از تعیین سطوح، امتیازدهی هر لایه اطلاعاتی و تهیه نقشه آن به منظور آماده‌سازی آن‌ها برای تهیه نقشه ظرفیت‌های گردشگری صورت می‌گیرد. در نرم‌افزار ArcGIS، هر لایه نقشه جدولی دارد. تهیه، تنظیم و تکمیل جدول ویژگی‌های جاذبه‌های گردشگری به منظور آماده‌سازی آن برای ارزیابی صورت می‌گیرد. برای نیل به این مقصد براساس تعداد جاذبه، سطوح عملکرد (ملی، محلی، بین‌المللی) و سطوح دسترسی (پیاده، سواره) به هر یک از جاذبه‌های گردشگری امتیاز داده شده است. نمایش جاذبه‌های انسان‌ساخت و تاریخی - فرهنگی روی نقشه (نقشه ۳ و ۴) به صورت نقطه‌ای و جاذبه‌های طبیعی به صورت نقطه، خط و پلی گون است. امتیازات براساس سطوح دسترسی ۵ و ۱۰ و براساس سطح عملکرد بین ۱ تا ۵ متغیرند.

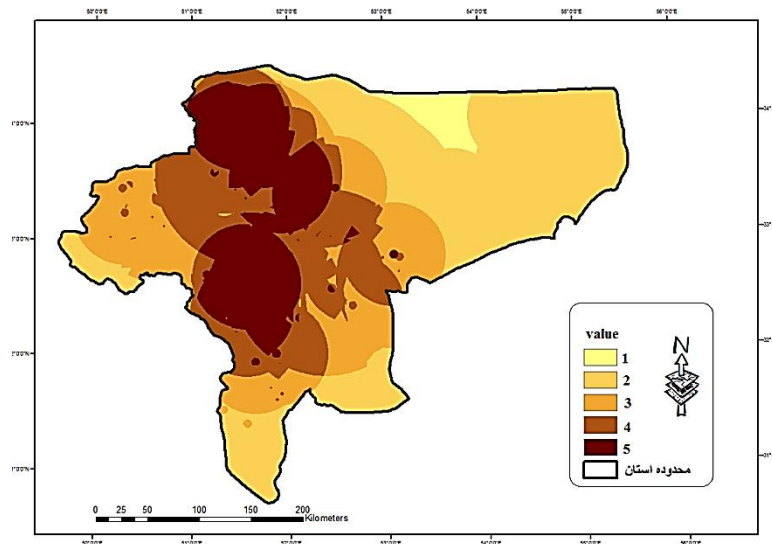
۴. تلفیق لایه‌ها

برای تهیه نقشه ظرفیت‌های گردشگری باید اجزای تجزیه‌شده هر گروه با همدیگر تلفیق شوند. به طور خلاصه، فرایند تلفیق لایه‌ها شامل مراحل الف) تلفیق نقشه جاذبه‌های انسان‌ساخت؛ ب) تلفیق نقشه جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی؛ ج) تلفیق نقشه جاذبه‌های طبیعی می‌شود.

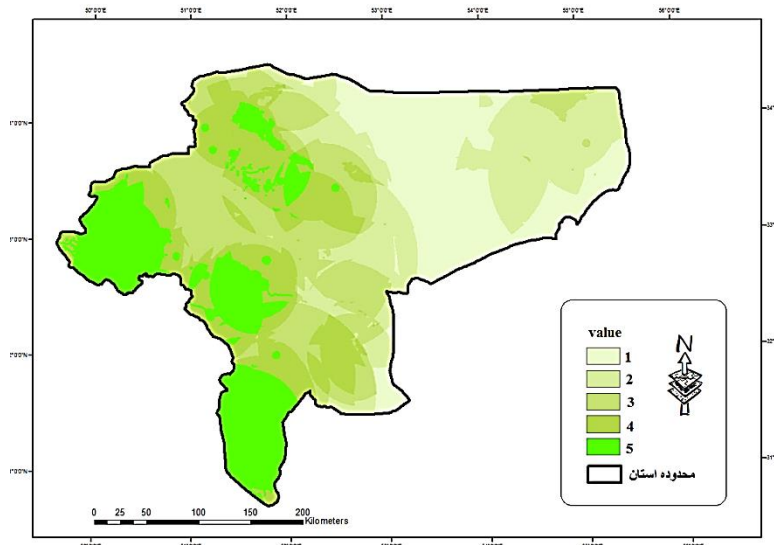
برای تهیه نقشه ظرفیت‌های گردشگری باید نقشه‌های پراکنده جاذبه‌های گردشگری، که اجزای تجزیه‌شده آن هستند، با همدیگر تلفیق شوند. به این منظور، بعد از بافرزدن براساس امتیازات داده‌شده و نوع جاذبه (پلی لاین و پلی گون) جاذبه‌ها جدا شدند تا تبدیل فرمت نقشه‌های وکتوری به رستری به راحتی صورت گیرد. پس از تبدیل نقشه‌های وکتوری به رستری برای انجام دادن آنالیزهای رستری باید نقشه‌های رستری تهیه‌شده دوباره طبقه‌بندی شوند. در همین مرحله، باید اندازه سلول یکسان به همه نقشه‌ها داده شود. در این پژوهش، اندازه سلول ۲۰۰ در ۲۰۰ مترمربع انتخاب شده است و براساس طبقه‌بندی جدید امتیازات جدید به سطوح داده شده است. بدین ترتیب، در این مرحله سلول‌هایی که بدون دیتا هستند ارزش صفر می‌گیرند. پس از انجام دادن این مرحله، تمام نقشه‌هایی که براساس امتیازات با هم فرق دارند در تری دی آنالیز با هم ترکیب می‌شوند. در لایه‌های رستری هر سلول یک ارزش دارد که هنگام ترکیب در صورت استفاده از تابع جمع، ارزش سلول‌ها در موقعیت‌های یکسان با هم جمع زده می‌شود و لایه خروجی دارای جمع ارزش دو لایه است. برای تلفیق نقشه‌های ذکر شده از روش روی هم گذاری استفاده شد. کار روی هم گذاری نقشه به دو شیوه انجام می‌گیرد: ۱. شیوه دو ترکیبی؛ ۲. شیوه چندترکیبی. در این پژوهش از روش چندترکیبی استفاده شده است. سپس با روی هم گذاری نقشه‌های فوق، نقشه ظرفیت‌های گردشگری تهیه شده است (شکل ۶، ۷ و ۸).



نقشه ۶. جاذبه‌های انسان‌ساخت استان اصفهان از لحاظ تعداد جاذبه، سطوح دسترسی و عملکرد



نقشه ۷. جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی استان اصفهان از لحاظ تعداد جاذبه، سطوح دسترسی و عملکرد



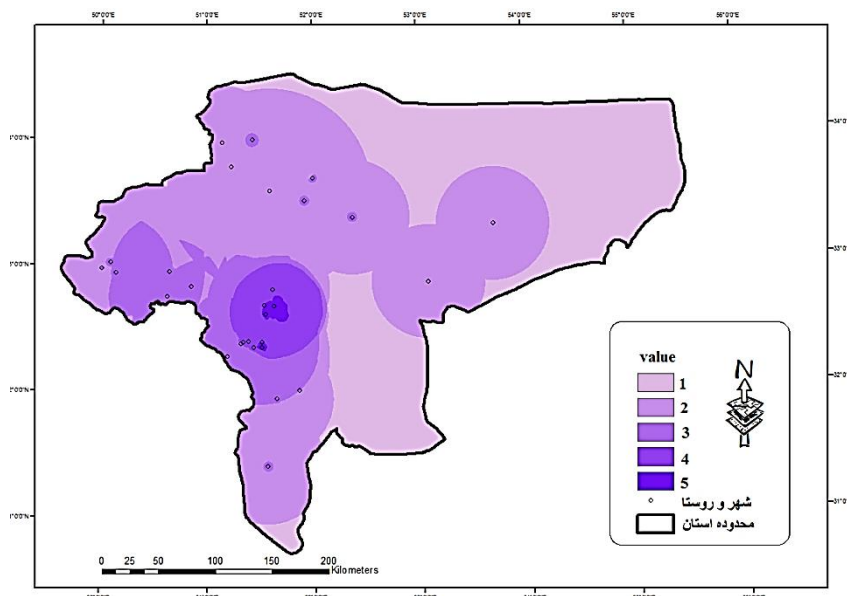
نقشه ۸. جاذبه‌های طبیعی استان اصفهان از لحاظ تعداد جاذبه، سطوح دسترسی و عملکرد

۵. جمع‌بندی داده‌ها

جمع‌بندی داده‌ها در واقع اصلی‌ترین و در عین حال مشکل‌ترین کار ارزیابی است، زیرا پس از جمع‌بندی داده‌ها، عمل ارزیابی به‌آسانی قابل اجراست. در مرحله ارزیابی پتانسیل و ظرفیت‌های گردشگری استان و نقاط روستایی و شهری برای توسعه گردشگری روی نقشه نمایش داده شده است و در پایان این مرحله، ارزیاب می‌تواند «ظرفیت بالقوه منطقه» را بسنجد. به‌طور خلاصه، فرایند ارزیابی منابع شامل مراحل الف) ارزیابی جاذبه‌های انسان‌ساخت؛ ب) ارزیابی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی؛ ج) ارزیابی جاذبه‌های طبیعی می‌شود.

الف) ارزیابی جاذبه‌های انسان‌ساخت

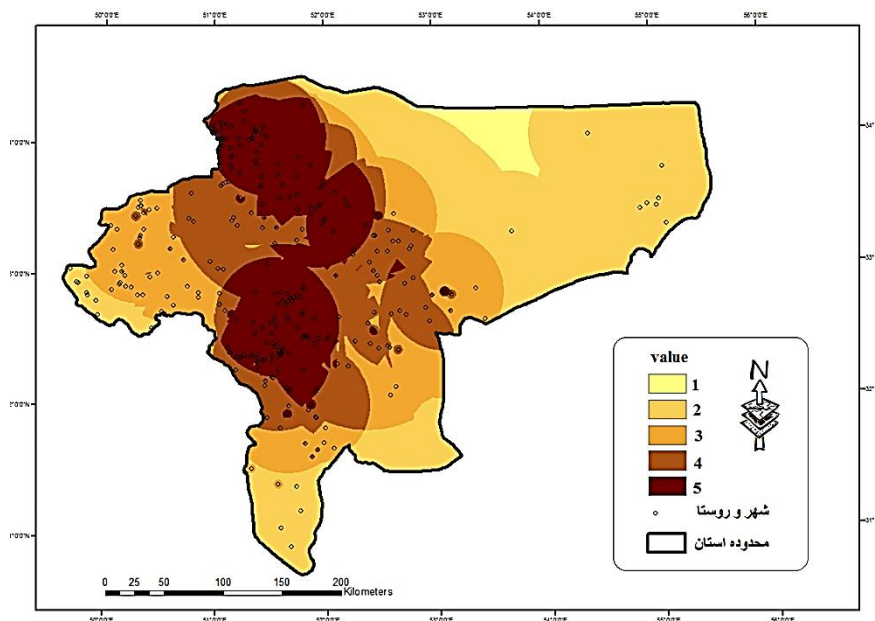
براساس امتیازات جاذبه‌های انسان‌ساخت در آخرین مرحله (نقشه ۹)، استان اصفهان به پنج گروه طبقه‌بندی شده است. پژوهش صورت گرفته در ظرفیت‌سنجی استان اصفهان به دلیل توسعه گردشگری انسان‌ساخت نشان می‌دهد تقریباً ۳۲ و ۱۴/۶۶ درصد جاذبه‌های گردشگری انسان‌ساخت منطقه براساس امتیازات داده‌شده به ترتیب متعلق به شهرستان‌های اصفهان و مبارکه است.



نقشه ۹. همپوشانی لایه‌های اولویت‌بندی جاذبه‌های انسان‌ساخت و نقاط شهری و روستایی

ب) ارزیابی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی

براساس امتیازات تاریخی- فرهنگی، جاذبه‌های استان اصفهان به پنج طبقه تقسیم شده است (نقشه ۱۰). طبقه اول مناطقی هستند که هیچ‌گونه جاذبه تاریخی- فرهنگی در آن‌ها وجود ندارد و در واقع امتیاز صفر دارند. دسته دوم شامل مناطقی است که امتیازات جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی آن‌ها بین ۰-۱۰۸ قرار دارد. طبقه سوم شامل مناطقی می‌شود که امتیازات آن‌ها بین ۱۰۸ تا ۲۱۱ است. طبقه چهارم مناطقی را دربرمی‌گیرد که امتیازات آن‌ها بین ۲۱۱ تا ۳۱۵ است. امتیازات جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی طبقه پنجم از ۳۱۵ به بالا هستند. به عبارت دیگر، بیشترین جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی استان اصفهان در مرکز به مرکزیت شهر اصفهان، در شمال شرق به مرکزیت شهر کاشان و بعد از آن شهر نطنز است. این مرکزیت برحسب تعداد جاذبه، سطوح دسترسی و عملکرد جاذبه‌هاست؛ بنابراین، تا شعاع ۴۰ کیلومتری از مرکز شهر اصفهان و کاشان را دربرمی‌گیرد.



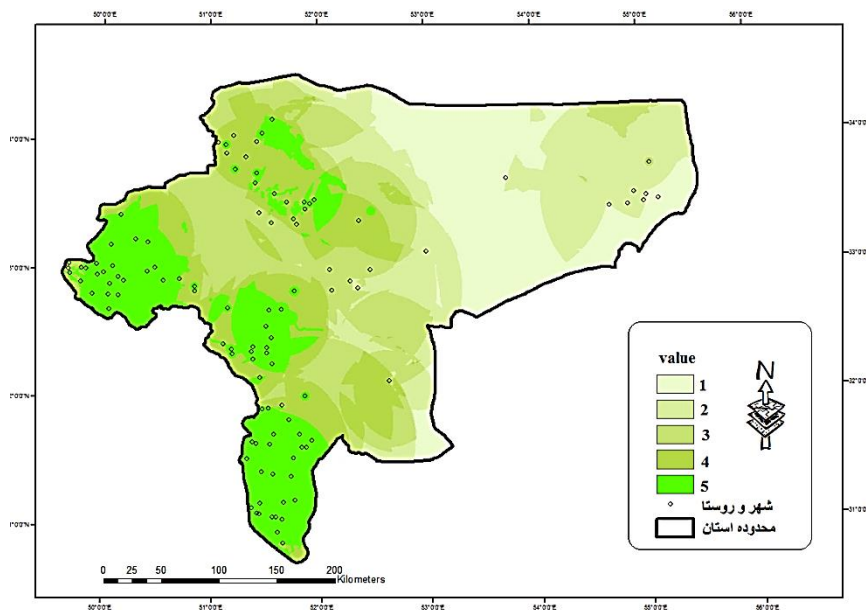
نقشه ۱۰. همپوشانی لایه‌های اولویت‌بندی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی و نقاط شهری و روستایی

طبق نقشه، روستای قه‌ی و شهر اصفهان در شهرستان اصفهان و روستاهای مشهد اردال، جوشقان استرک، طاهرآباد، ازوار، علوی، رهق، ون، جوینان، راوند، قهرود و شهرهای قمصر و کاشان در شهرستان کاشان و شهرهای نطنز، خالدآباد، بادرود و روستاهای ایبانه و آب سنجد در شهرستان نطنز در این دو پهنه گسترده شده‌اند. شهرهای آران و بیدگل، نوش‌آباد و روستاهای یزدل و علی‌آباد در شهرستان آران و بیدگل، شهرهای زواره، اردستان و روستای موغار در شهرستان اردستان، شهر نائین در شهرستان نائین، روستاهای کلهر، سه، مورچه‌خورت و شهر گز و برخوار در شهرستان شاهین‌شهر و میمه، بیشترین امتیاز را به‌صورت پهنه‌های غیرمتمرکز دارند.

ج) ارزیابی جاذبه‌های طبیعی

در آخرین مرحله (نقشه ۱۱)، براساس امتیازات جاذبه‌های طبیعی استان اصفهان به پنج گروه طبقه‌بندی شده است که بیشترین امتیازات به شهرستان‌های سمیرم، فریدون‌شهر، فریدن، خوانسار، چادگان، و دهاقان مربوط است که به‌صورت دو نقطه متمرکز در جنوب غرب و غرب گسترده شده است. پهنه جنوب غربی شامل شهرستان سمیرم به‌ویژه روستاهای دنگزولو، نقل، خفر، سیور، ماندگان، سرباز کیفته گویسین، قلعه سنگی، رودآباد، بی‌بی سیدان، آب ملخ، قبر کیخا، گرموک، آق داش، کزن، چشمه سرد، شمس‌آباد و شهرهای سمیرم، ونک و کمه، شهرستان فریدون‌شهر روستاهای خوش میوه، چغیورت، سیبک، میدانک بزرگ، سورشجان، قهشجان، پشندگان، گوراب میلاجرد شهر فریدون‌شهر، شهرستان فریدن روستای نوغان علیا و شهرهای افسوس، بوئین و میاندشت، داران و دامنه، شهرستان خوانسار روستاهای تیدجان و قودجان و حسن‌آباد و لاهیجان و شهر خوانسار بیشترین امتیازات را در این دو پهنه دارند.

در قسمت جنوبی شهرستان دهاقان روستاهای همگین، دیزج و سورمنده، جنوب شهرستان شهرضا روستاهای اسفرجان، هونجان، شهرستان مبارکه روستاهای اراضی، کوشکیچه، برچان، باغ ملک و شهرهای دیزبچه و شمال شهر مبارکه، شهرستان گلپایگان روستای وانشان، شهرستان فلاورجان روستاهای سهر و فیروزان و بیجگرد و شهرهای فلاورجان، پیربکران، در شهرستان خمینی‌شهر روستاهای قلع امیریه و شهرهای درچه، خمینی‌شهر؛ در شهرستان اصفهان قسمت‌های غربی و جنوبی شهر اصفهان؛ در شهرستان لنجان شمال شهر ورنامخواست و جنوب شهر زرین‌شهر بیشترین امتیاز را به‌صورت پهنه‌های غیرگسترده دارند.



نقشه ۱۱. همپوشانی لایه‌های اولویت‌بندی جاذبه‌های طبیعی و نقاط شهری و روستایی

نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های تحقیق، زمینه گسترش فعالیت‌های گردشگری در استان اصفهان و به تبع آن در شهرستان‌ها و نقاط شهری و روستایی منطقه وجود دارد. براساس اطلاعات گردآوری‌شده در مرحله تجزیه و تحلیل، نتیجه ارزیابی توان را به صورت طبقه‌بندی ارائه می‌دهد. هریک از این طبقات ویژگی مشخصی دارند. برای شناخت بهتر توان منطقه و ارزیابی سکونتگاه‌های روستایی و شهری از نظر توسعه گردشگری با استفاده از نقشه جاذبه‌های گردشگری استان اصفهان از لحاظ سطوح دسترسی و عملکرد و تلفیق لایه نقاط روستایی و شهری بر نقشه‌های اخیر، جایگاه آن‌ها از لحاظ توان گردشگری بررسی شده است؛ به گونه‌ای که هریک از طبقات ویژگی مشخصی دارند.

پژوهش صورت‌گرفته در ظرفیت‌سنجی استان اصفهان به دلیل توسعه گردشگری انسان‌ساخت نشان می‌دهد عمده‌ترین پتانسیل‌های گردشگری انسان‌ساخت در شهرستان‌های اصفهان و مبارکه وجود دارد. به این ترتیب، طبق امتیازات داده‌شده ۳۲ و ۱۴/۶۶ درصد پتانسیل‌های گردشگری انسان‌ساخت مربوط این دو شهرستان است و از این نظر بیشترین فراوانی را دارند و همچنین موقعیت خوبی در سطح استان دارند.

بیشترین ظرفیت گردشگری تاریخی- فرهنگی استان اصفهان در مرکز به مرکزیت شهر اصفهان و در شمال شرق به مرکزیت شهر کاشان و بعد از آن شهر نطنز است. پژوهش صورت‌گرفته در ظرفیت‌سنجی استان اصفهان به دلیل توسعه گردشگری تاریخی- فرهنگی نشان می‌دهد تقریباً ۲۹/۵۱ و ۱۹/۶ درصد جاذبه‌های کل استان و ۳۴/۰۷ و ۲۲/۵۵ درصد جاذبه‌های گردشگری تاریخی- فرهنگی منطقه براساس امتیازات داده‌شده به ترتیب متعلق به شهرستان‌های اصفهان و کاشان است. همچنین ۷۶/۴۹ درصد از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان اصفهان متعلق به شهر اصفهان است که از این مقدار ۵۰ درصد متعلق به منطقه ۳، ۱۹/۸۲ درصد متعلق به منطقه ۱، ۱۳/۳۶ درصد متعلق به منطقه ۶ و ۱۰/۹۱ درصد متعلق به منطقه ۵ این شهر است. شهر اصفهان بیشترین تعداد منابع و پتانسیل‌های گردشگری تاریخی- فرهنگی استان را در خود جای داده است و برخی از آن‌ها از شاخص‌ترین جاذبه‌های کشور محسوب می‌شوند و شهرت جهانی دارند؛ بنابراین، این شهر قطب اول گردشگری تاریخی- فرهنگی استان محسوب می‌شود و شهر کاشان از نظر آثار تاریخی- فرهنگی و پیشینه تاریخی و جاذبه‌های تاریخی آن، پس از شهر اصفهان قرار دارد. بر این اساس، یکی از مهم‌ترین زمینه‌های توسعه منابع در شهر اصفهان و کاشان توسعه جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی است.

پژوهش صورت گرفته در ظرفیت‌سنجی استان اصفهان به دلیل توسعه گردشگری طبیعی نشان می‌دهد عمده‌ترین پتانسیل‌های موجود در شهرستان‌های سمیرم و فریدون‌شهر از نوع طبیعی هستند؛ یعنی طبق امتیازات داده شده ۹۲/۰۶ و ۶۸/۱۸ درصد پتانسیل‌های گردشگری این دو شهرستان از نظر طبیعی است و از این نظر بیشترین فراوانی را دارد و موقعیت آن در سطح استان خوب است. همچنین ۱۵/۱۸ و ۱۱/۷۸ درصد جاذبه‌های گردشگری طبیعی منطقه به ترتیب متعلق به شهرستان‌های سمیرم و فریدون‌شهر است که فقط ۱۴/۳۸ درصد از مساحت استان متعلق به این دو شهرستان است. بر اساس ارزیابی توان گردشگری در منطقه و ارتباط این ارزیابی با سکونتگاه‌ها (روی هم گذاری نقشه روستاهای منطقه و نقشه مناطق مستعد شکل ۱۱) مشخص شد بیش از ۹۰ درصد مناطق روستایی و شهری این دو شهرستان ظرفیت بالا و مستعد یا در نزدیکی مناطق توان بالایی برای گردشگری طبیعی دارند.

منابع

۱. عاشری، امامعلی، حسین‌پور، باقر و تقی مهدی‌لو، ۱۳۸۹، **تعیین اولویت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق اکوتوریستی شهرستان ارومیه**، دو فصلنامه علمی و پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال اول، شماره ۱، صص ۱۰۹-۱۲۶.
۲. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان، ۱۳۹۰، سالنامه آماری استان اصفهان، معاونت آمار و اطلاعات، انتشارات پویندگان توسعه، اصفهان.
۳. سیدکمیال طیبی، جباری، امیر و روح‌الله بابکی، ۱۳۸۶، بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۳۸-۱۳۸۲)، فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۶، صص ۸۶-۱۱۰.
4. Asheri, E., Hossein Pour, B. and Mahdilou, T., 2010, **Investment priorities in the areas of touristy city of Uromieh**, Journal Geography and Regional Planning, Vol. 1, No. 1, PP. 109- 126. (In Persian)
5. Alzue, A., O'Leary, J. and Morrison, A. M., 1998, **Cultural and heritage tourism: Identifying niches for international travelers**, Journal of Travel and Tourism Studies, Vol. 9, No. 2, PP. 2- 13.
6. Ashworth, G. E. and Turn Bridge, J. E., 1990, **The tourist historic city**, Belhaven. London.
7. Besculides, A., Lee, M. E. and McCormick, P. J., 2002, **Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism**, Ann. Tourism Res., Vol. 29, No. 2, PP. 303- 319.
8. Coccossis, H., 2008, **Cultural heritage, local resources and sustainable tourism**, Int. J. Serv. Technol. Manage., Vol. 10, No. 1, PP. 8- 14.
9. Cohen-Hattab, K., 2004, **Zionism, tourism, and the battle for Palestine: Tourism as a political-propaganda tool**, Israel Studies, Vol. 9, No. 1, PP. 61- 85.
10. Dean, A., Morgan, D. and Tan, T. E., 2002, **Service quality and customer's willingness to pay more for travel services**, Journal of Travel and Tourism Marketing, Vol. 12, No. 2-3, PP. 95- 110.
11. Drost, A., 1996, **Developing sustainable tourism for World Heritage Sites**, Annals of Tourism Research, Vol. 23, No. 2, PP. 479- 484.
12. Fletcher, J., 2008, **The socio-cultural impact of tourism**, In Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wan hill, S. (Eds), Tourism. Principles and Practice, FT Prentice.
13. Hall, D. R., 1995, **Eastern Europe: Tourism/leisure perspective—An introduction**, In D. Leslie (Ed.), Tourism and leisure: Towards the millennium. Vol. 1: Tourism and Leisure —Culture, Heritage and Participation, Leisure Studies Association Publication, Brighton, PP. 3- 10.
14. Herbert, D., 2001, **Literary places, tourism and the heritage experience**, Annals of Tourism Research, Vol. 28, No. 2, PP. 312- 333.
15. ICOM and WFFM/FMAM., 2007, **Declaration of the International Council of Museums (ICOM) and the World Federation of Friends of Museums (WFFM) for Worldwide Sustainable Cultural Tourism**, It's Available at:

- http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Statements/ENG/tourism2007_eng.pdf (accessed 21.02.11).
16. ICOMOS., 1993, **Tourism at world heritage cultural sites**, The site manager's handbook, 2nd Edition, World Tourism Organization, Madrid.
 17. Ins keep, E., 1991, **Tourism planning, an integrated and sustainable development approach**, Van Nostrand Reinhold, New York.
 18. Juric, B., Cornwell, B. T. B. and Mather, D., 2002, **Exploring the Usefulness of an Ecotourism Interest Scale**, Journal of Travel Research, Vol. 40, No. 3, PP. 259- 269.
 19. Khan, M., 1997, **Tourism development and dependency theory: Mass vs. ecotourism**, Annals of Tourism Research, Vol. No. 24, PP. 988- 991.
 20. Kiss, A., 2004, **Making biodiversity conservation a land use priority**, In: Getting biodiversity projects to work: Towards more effective conservation and development, In McShane, T. and Wells, M. (Eds), Columbia University Press, New York.
 21. Lai, P. H. and S. K. Nepal., 2006, **Local perspectives of ecotourism development on Tawushan Nature Reserve, Taiwan**, Tourism Management, Vol. 7, No. 6, PP. 1117- 1129.
 22. Lowenthal, D., 1998, **The heritage crusade and the spoils of history**, Cambridge University Press, Cambridge.
 23. Management and Planning Organization of Isfahan Province, 2011, **Statistical Yearbook of State, Department of Statistics and Information**, Publications Pooyandegan development, Isfahan. (*In Persian*)
 24. Mehmetoglu, M., 2007, **Typologising nature-based tourists by activity - Theoretical and practical implications**, Tourism Management, Vol. 28, No. 3, PP. 651- 660.
 25. O'Connor, B., 1993, **Myths and mirrors: Tourism images and national identity**, In: Tourism in Ireland: A critical analysis, In O'Connor, B. and Cronin, M. (Eds), Cork University Press, Cork, PP. 68– 85.
 26. Prates, M., 2003, **Tourism and nationalism**, Annals of Tourism Research, Vol. 30, No. 1, PP. 125– 142.
 27. Shackley, M., 1998, **Visitor management: Case studies from World Heritage Sites**, Butterworth-Heinemann, Oxford.
 28. Tayebi, S. K., Babaki, R. and Jabbari, A., 2007, **Investigate the relationship between tourism development and economic growth in Iran (1959-2004)**, Research Humanities and Social Sciences, Especially Economics, Vol. 7, No. 26, PP. 83- 110. (*In Persian*)
 29. Thorsell, J. and Sigaty, T., 1998, **Human use of world heritage natural sites: A global overview [Electronic Version]**, Global Theme Study of World Heritage Natural Sites, Retrieved October 2005.
 30. TIES (The International Ecotourism Society), 2006, **What is Ecotourism?**, Washington, D.C.: TIES. It's Available at <http://www.ecotourism.org/index2.php?what-is-ecotourism> Accessed November 26, 2006.
 31. Torres, R. and Mommsen, J. H., 2004, **Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives**, Progress in Development Studies, Vol. 4, No.4, PP. 294– 318.
 32. Tunb ridge, J. E., 1994, **Whose heritage? Global problem, European nightmare**, In: Building a New Heritage: Tourism, culture and identity in the New Europe, In Ashworth, G. J. and Lark ham, P. J. (Eds), Rutledge, London, PP. 123– 134.
 33. Urey, J., 1990, **The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies**, Sage, London.
 34. Valentine, P., 1992, **Review: Nature-based tourism**, In: Special Interest Tourism, In Weiler, T. and Hall, C. (Eds), Belhaven Press, London, PP. 105- 128.
 35. WHC., 2005, **It's Available at** /<http://whc.unesco.orgS>.

36. WTO., 2005, **Tourism high Lights**, World, Madrid.
37. WTO., 1999, **International tourism: A global perspective**, World, Madrid.
38. Wunder, S., 2000, **Ecotourism and economic incentives- An empirical approach**, Ecological Economics, Vol. 32, No. 3, 465- 479.
39. Wurzinger, S. and Johansson, M., 2006, **Environmental concern and knowledge of ecotourism among three groups of Swedish tourists**, Journal of Travel Research, Vol. 45, No. 2, PP. 217- 226.
40. Ziffer, K. A., 1989, **Ecotourism: The uneasy alliance**, Conservation International, Washington, D.C.