

مطالعه کمبودهای خدماتی گردشگری روستای ایبانه از دیدگاه گردشگران

هدی منافیان^{۱*} و ژیلادانشور عامری^۲

۱. کارشناس ارشد توسعه روستایی، گروه توسعه و اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران

۲. استادیار گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۱/۱۱/۱۶ - تاریخ تصویب: ۹۲/۱۰/۲۵)

چکیده

روستای ایبانه با تنوعی از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی- فرهنگی، معماری و مذهبی یکی از روستاهای گردشگری شناخته شده در سطح ایران و البته در جهان است. بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران مطابق با پتانسیل‌های موجود این روستا در سطوح مختلف ضروری به نظر می‌رسد؛ چرا که گردشگری روستایی فعالیتی منبع‌پایه است و به جاذبه‌ها و نیز خدمات قابل ارائه در روستا وابسته است. هدف از تحقیق حاضر تحلیل برخی کمبودهای خدماتی موجود است که در افزایش رضایت گردشگران و رونق و توسعه پایدار گردشگری نقش مهمی را ایفا می‌کند. به منظور دست‌یافتن به این هدف، پس از تأیید پایایی و روایی، گردشگران ۱۱۰ پرسشنامه را تکمیل کردند. در ادامه، پنج عامل استخراج شده به روش تحلیل عاملی یک واریانس تجمعی ۶۹/۹۵ درصدی را بیان کردند. اولین عاملی که ۲۰/۳۲ درصد از واریانس کل را بیان کرد "ضعف در معرفی جاذبه‌های طبیعی روستا" بود که مهم‌ترین عامل شناخته شد و دیگر عوامل به ترتیب "ضعف خدمات رفاهی، ضعف خدمات اقامتی، ضعف در معرفی آداب و سنن محلی روستای ایبانه و ضعف امنیت" بودند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل عاملی، جاذبه‌های طبیعی، رضایت گردشگران

مقدمه

گردشگری پایدار در مناطق روستایی مقوله چالش‌برانگیزی است که توجه روزافزونی را در پژوهش‌های علمی و دانشگاهی به خود جلب کرده است. در واقع، گردشگری روستایی می‌تواند به همه فعالیت‌ها و خدماتی گفته شود که به وسیله کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران و نیز فعالیت‌هایی که به وسیله گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد گفته شود؛ همچنین می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی شود. نکته جالب توجه این است که بنابر تعاریف فوق گردشگری روستایی تنها شامل گردشگری کشاورزی نمی‌شود بلکه همه فعالیت‌هایی را که گردشگران در مناطق روستایی انجام می‌دهند در بر

می‌گیرد (Sharpley & Sharpley, 1997; Ghaderi & Henderson, 2012).

از این رو می‌توان گفت گردشگران روستایی با انگیزه‌های متفاوتی از قبیل بی‌نظیر بودن جاذبه‌های اکولوژیکی، دستیابی به فرصت‌های ماجراجویی ویژه، برخورداری از جذابیت‌های فرهنگی یا تجربه کیفیت فضا و محیط نواحی روستایی بازدید می‌کنند؛ به همین جهت انواع خاصی از گردشگری در نواحی روستایی دیده می‌شود که به شخص مسافر، ویژگی‌های مقصد و انگیزه از مسافرت بستگی دارد. در نتیجه می‌توان با توجه به اهداف و انگیزه گردشگران از مسافرت گردشگری روستایی را به چهار دسته تقسیم کرد که در جدول ۱ نشان داده شده است (Roknoddin Eftekhari & Mahdavi, 2006).

جدول ۱. معرفی جنبه‌های مختلف گردشگری روستایی

تعریف	انواع گردشگری روستایی
مرتبط با فرهنگ، تاریخ، میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی است.	گردشگری فرهنگی (Cultural tourism)
نوعی از گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم، که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی فوق هستند، در ارتباط است.	گردشگری بومی (Eco tourism)
در این نوع گردشگری، گردشگران در خانوارهای دهکده اسکان می‌یابند و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند.	گردشگری دهکده‌ای (Village tourism)
در این نوع گردشگری، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان با فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعاملند یا در آن مشارکت می‌کنند.	گردشگری کشاورزی (Agro tourism)

منبع: (2006) Roknoddin Eftekhari & Mahdavi

بنابراین، می‌توان در یک روستای مستعد برای هریک از این فرصت‌ها با رعایت نکات لازم، خدمات و امکاناتی را تعریف کرد و از ظرفیت‌های موجود نهایت بهره را برد. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به سرمایه‌گذاری در حفظ میراث‌های فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به حفظ و مرمت زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون‌کوچی جمعیت از جمله مزایای گردشگری روستایی است (Sadr moosavi, 2008). به طور کلی، برخی نتایج اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی که گردشگری در مناطق روستایی دنبال می‌کند در جدول ۲ آورده شده است (Bemnian, 2009).

جدول ۲. مجموعه نتایج گردشگری در مناطق روستایی

برخی نتایج گردشگری در مناطق روستایی	
۱. به کارگیری بهینه منابع و امکانات در نواحی روستایی فاقد کاربرد کشاورزی و صنعت	اقتصادی
۲. رشد خلاقیت‌ها، مهارت‌ها و منابع درآمدزایی در اقتصاد روستایی	
۳. گسترش اشتغال مولد در نواحی روستایی	
۴. رونق فعالیت‌های اقتصادی در نواحی روستایی	
۵. توانمندسازی نیروهای کار روستایی در جهت کسب درآمد	
۶. تولید، عرضه و فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی	
۷. برخورداری از تسهیلات سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی	
۱. انتقال دانش و فناوری به نواحی روستایی	فرهنگی - اجتماعی
۲. افزایش آگاهی‌های اجتماعی و حقوق مدنی و انسانی	
۳. افزایش روحیه مشارکت روستایی در امور نهادی، سیاسی و اجتماعی	
۴. ایجاد روحیه اعتمادبه‌نفس و ادراک ارزش‌های محیط روستایی	
۵. افزایش احساس تعلق خاطر به مناطق روستایی	
۶. جلوگیری از مهاجرت‌های روستا به شهر	
۱. حفاظت از محیط زیست و چشم‌اندازهای طبیعی به کمک نظارت نهادها و سیاست‌های کنترلی - نظارتی	زیست محیطی
۲. تلاش برای بهبود و بهسازی مراتع، جنگل‌ها و منابع طبیعی	
۳. ادراک استفاده بهینه از منابع طبیعی موجود	
۴. تجدید حیات و بازسازی مجدد فضای سبز روستایی	

منبع: (2009) Bemnian

چراکه همیشه رابطه‌ای مستقیم و مثبت بین رضایت گردشگران و موفقیت اقتصادی مقصد وجود دارد. در

این حقیقتی انکارناپذیر است که در طول زمان ارتباط بین گردشگران و مقصد بسیار تأثیرگذار و مهم بوده است؛

ربوط به آن نظیر خدمات بانکی، بیمه و خدمات بهداشتی و ایمنی می‌شود. عناصر غیر مادی شامل استراحت، آرامش، آشنایی با دیگر فرهنگ‌ها، ماجراجویی و کسب تجربیات جدید و متفاوت است (Sadr moosavi, 2008; Pizam et al., 1978). انواع خدمات مورد نیاز در روستاهای گردشگری در مطالعات بسیاری بررسی شده است. پیشینه برخی از این مطالعات در جدول ۳ آمده است.

مدیریت موفق مقصد گردشگری، کسب حداکثر رضایت گردشگران از امکانات موجود نکته بسیار مهمی در رسیدن به موفقیت‌های تجاری است (Naidoo et al., 2010). گردشگری صنعتی خدماتی است که شامل تعدادی از ترکیبات ملموس و غیر ملموس است. عناصر مادی شامل سیستم‌های حمل‌ونقل (هوایی، راه‌آهن، جاده‌ای، آبی و امروزه فضایی)، پذیرایی (مسکن، غذا، تورها) و خدمات

جدول ۳. پیشینه مطالعاتی انواع خدمات گردشگری روستایی

مطالعات صورت گرفته	خدمات گردشگری روستایی مورد نیاز
Cave (2012)	وجود خدمات و امکانات بهداشتی - درمانی
Sadr moosavi (2008) Bashar & Puad (2010) Cave (2012)	وجود سرویس‌های بهداشتی، سیستم‌های جمع‌آوری زباله و پاکیزگی و بهداشت محیط منطقه روستایی
Cave Yong (2012); Yuksel (2001) (2012); Butnaru (2011) Bashar & Puad (2010)	وجود تسهیلات تفریحی متنوع، امکان بازدیدهای فرهنگی موجود در روستاها، ارائه خدمات اقامتی و پذیرایی
Cave (2012); Thompson (2007) Butnaru (2011) Bashar & Puad (2010)	وجود فضاهای مناسب و امن برای پارکینگ وسایل نقلیه
Butnaru (2011) Bashar & Puad (2010) Dogan et al. (2002)	آموزش کارکنان رستوران‌ها و هتل‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات مورد نیاز گردشگران پذیرش و مهمان‌نوازی جامعه محلی، وجود امنیت کافی
krasteva (2011) Bashar & Puad (2010) Yong (2012)	برگزاری انواع جشنواره‌های روستایی (معرفی سبک‌های سنتی و فولکلوریک زندگی روستاییان، نمایش صنایع دستی - بدون استفاده از صنایع مدرن و ماشینی - مانند جواهرات ساخت دست، لباس‌های دست‌دوز و سفالگری، برگزاری فستیوال‌های فرهنگی (رقص و موسیقی و بازی‌های محلی) و معرفی غذاها و سوغات‌های محلی
Yong (2012) krasteva (2011)	وجود جاذبه‌های طبیعی و سبک‌های معماری خاص، برگزاری تورهای گروهی روستاگردی امکان شرکت گردشگران در فعالیت‌های کشاورزی وابسته به زراعت، باغداری، دامداری یا ماهی‌گیری موجود در روستا (گردشگری کشاورزی)
Butnaru (2011); Yong (2012)	وجود راهنمایان گردشگری به منظور افزایش جنبه‌های آموزشی و افزایش اطلاعات سفر، نظم و وضوح تابلوهای راهنمایی و معرفی بناها

گردشگران آسان می‌کند (Kozak & Rimmington, 2000) بلکه به تکرار سفر و ثبات حضور آنان نیز کمک می‌کند و این خود به دستیابی به اهداف اقتصادی از قبیل افزایش تعداد گردشگر و درآمدزایی بالاتر منجر می‌شود. در همین راستا، بررسی انواع و رتبه‌بندی خدمات گردشگری روستایی مورد نیاز ضرورتی غیر قابل انکار می‌یابد. پژوهش پیش رو با این هدف انجام شده است.

ابیان، روستای مورد مطالعه در این پژوهش که از روستاهای گردشگری شناخته‌شده در سطح ایران و جهان است، در دره‌ای در دامنه کوه‌های کرکس در ۷۰ کیلومتری

همان‌طور که گفته شد، گردشگری روستایی فعالیتی منبع‌پایه است که به جاذبه‌ها و نیز خدمات قابل ارائه در روستا وابسته است. گردشگران رضایتمند برای دیگر گردشگران توصیه‌کننده‌های خوبی خواهند بود و این ارزان‌ترین و ثمربخش‌ترین نوع بازاریابی و پیشرفت در زمینه جذب گردشگر است (Crosby 1993; Soderlund 1998). در واقع، موضوع رضایت گردشگران از امکانات و خدمات مقصد گردشگری به طور فزاینده‌ای به هدف بسیاری مطالعات و پژوهش‌ها در صنعت گردشگری و مهمان‌پذیری تبدیل شده است. رضایت گردشگران نه‌تنها انتخاب مقصد گردشگری را برای دیگر

نظرها و پیشنهادهای صاحب‌نظران و استادان مربوط و برخی کارشناسان پایگاه میراث فرهنگی در روستای ابیانه تأیید شد. تعیین حجم نمونه از طریق رابطه کوکران در صورتی که حجم جامعه آماری مشخص نباشد، با استفاده از رابطه ۱ خواهد بود (Cochran, 1963; Sugden et al., 2000; Ghorbani et al., 2011; Toosaei Soltanmoradi et al., 2013).

$$n = \frac{t^2 \cdot s^2}{d^2} \quad (1)$$

در این معادله، s^2 واریانس صفت مورد مطالعه، n حجم نمونه کل و $t = 1/96$ است. d دقت احتمالی مطلوب است که از رابطه ۲ حاصل می‌شود. شایان ذکر است که n در این رابطه تعداد پرسشنامه در پیش‌آزمون (۳۰ عدد) است.

$$d = t \frac{s}{\sqrt{n}} \quad (2)$$

با استفاده از روابط ذکرشده، تعداد کل نمونه آماری ۱۰۳ نفر برآورد شد که به منظور افزایش دقت به ۱۱۰ نفر افزایش یافت و روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده انتخاب شد. بازه زمانی انجام این پژوهش یک اقامت سه هفته‌ای در روستای ابیانه بود که در شهریور ماه ۱۳۸۹ تنظیم شد. در این تحقیق، هدف از کاربرد تحلیل عاملی تحلیل و دسته‌بندی انواع کاستی‌های خدماتی (۱۴ گویه) در سیستم گردشگری این منطقه است.

نتایج و بحث

برخی مشخصه‌های فردی پاسخگویان در جدول ۴ آمده است که نشان می‌دهد ۶۷ درصد پاسخگویان را مردان تشکیل داده‌اند و بیشترین تعداد (۷۵/۸ درصد) مربوط به گروه سنی ۱۸ تا ۴۰ سال است. بیشتر پاسخگویان (۶۶/۳ درصد) بیش از یک بار بوده که از ابیانه بازدید داشته‌اند و بقیه آن‌ها (۳۳/۷ درصد) مرتبه اول بود که به روستای ابیانه سفر می‌کردند.

در جدول ۵ بررسی انواع کمبودهای خدماتی در روستای ابیانه و رتبه‌بندی آن‌ها آورده شده است. بر اساس این جدول گویه "نبود فضای کافی و مناسب به عنوان پارکینگ وسایل نقلیه" با میانگین ۴/۰۴ رتبه اول و گویه "کمبود امنیت و آرامش کافی در روستا" با میانگین ۱/۳۲ رتبه آخر کمبود خدمات مورد نیاز را داشتند.

جنوب کاشان و ۴۰ کیلومتری نطنز قرار دارد. جمعیت بومی این روستا در حدود ۳۵۰ فرد سالخورده‌اند که ۹۸ درصد آن‌ها باسوادند. این رقم برای جمعیتی با متوسط سن ۵۰/۸ سال شایان توجه است. روستای ابیانه دارای جاذبه‌های متنوع طبیعی (غنای حیات وحش و گیاهان کوهی و چشم‌اندازهای طبیعی کوهستانی و باغات)، فرهنگی و مذهبی (لباس محلی خاص و گویش باستانی، برگزاری مراسم و آیین خاص روز عاشورا، امامزاده)، تاریخی (آثار باستانی آتشکده هریاک و معبد ویونا و مسجد باستانی)، معماری (سبک خاص معماری و رنگ سرخ خاک به کار رفته در ساختمان‌ها) و امکانات رفاهی (مسیر دسترسی آسان و آسفالت شده، هتل، محصولات باغی فراوری شده و قابل عرضه به گردشگران، پست‌بانک و دستگاه خودپرداز بانک) است (ICHTO, 2009; ICHTO, 2012) که مطابق با جدول ۱ می‌توان طی برنامه‌ریزی‌های منسجم برای هریک از این ظرفیت‌ها خدماتی را پیش‌بینی کرد.

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است؛ زیرا نتایج آن برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران امر گردشگری قابل استفاده خواهد بود و از نظر میزان و درجه کنترل میدانی است. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه بوده است. ابتدا، اطلاعات ثانویه موجود در همه مراکز و سازمان‌های مربوط، اینترنت، کتاب‌ها و نشریات استخراج شده و سپس برای اطمینان از اینکه متغیرهای استخراج شده به طور مورد قبولی مرتبط با منطقه مورد مطالعه باشد و اینکه مبادا از عوامل مهم به خاطر مطرح نبودن آن‌ها در تحقیقات گذشته چشم‌پوشی شده باشد از روش پیمایش با هدف اکتشافی و تحلیلی استفاده شده است که اطلاعات مورد نیاز این روش با استفاده از مصاحبه رو در رو، پرسشنامه و مشاهدات حضوری در منطقه مورد مطالعه، جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی تجزیه و تحلیل شده‌اند. پرسشنامه در یک بخش بررسی کیفیت خدمات و با استفاده از طیف لیکرت تنظیم شد. پایایی و روایی پرسشنامه با انجام یک پیش‌آزمون (به تعداد ۳۰ پرسشنامه) و سپس اندازه‌گیری ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۰) و همچنین اعمال

جدول ۴. مشخصات فردی گردشگران

مشخصه	سطوح متغیر	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۳۳
	مرد	۶۷
سن	۴۰-۱۸	۷۵/۸
	۶۰-۴۱	۱۶/۱
	۸۰-۶۱	۸/۱
تعداد دفعات سفر به ابیانه	اول	۳۳/۷
	بیشتر	۶۶/۳

جدول ۵. رتبه‌بندی کمبودهای خدماتی از نظر جامعه گردشگران

اولویت	میانگین	درصد فراوانی					انواع کمبودهای خدماتی	
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		اصلاً
۱	۴/۰۴	۲۶/۴	۱۹/۲	۱۶	۱۶	۱۵/۶	۶/۸	فضای نبود کافی و مناسب به عنوان پارکینگ وسایل نقلیه
۲	۳/۱۷	۸	۱۴/۴	۱۷/۲	۲۲/۸	۲۲	۱۵/۶	موتورهای نامناسب برای استراحت و اقامت
۳	۲/۹۶	۱۰/۸	۶/۸	۲۰	۱۹/۲	۱۶	۲۷/۲	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۴	۲/۶۸	۰	۶/۴	۱۸/۸	۳۱/۲	۲۳/۲	۲۰/۴	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۵	۲/۵۳	۲/۸	۷/۶	۳۳/۲	۲۰/۴	۲۰	۱۶	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۶	۲/۴۷	۵/۲	۶/۸	۳۷/۲	۲۰/۸	۱۸/۸	۱۱/۲	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۷	۱/۷۲	۰	۲۵/۳	۲۵/۳	۱۶	۲۵/۴	۸	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۸	۱/۶۸	۰	۸	۴۰	۱۱/۶	۲۰/۴	۲۰	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۹	۱/۵۸	۵	۱۵	۳۶/۴	۱۲/۸	۱۲/۸	۱۸	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۱۰	۱/۵۶	۰	۲۰	۶/۸	۳۲/۸	۳۰	۱۰/۴	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۱۱	۱/۴۲	۱۸	۰	۵۸	۱۲	۲/۸	۹/۲	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۱۲	۱/۴۲	۰	۱۲/۳	۷/۶	۶	۶۶/۵	۷/۶	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۱۳	۱/۳۹	۰	۰	۳/۶	۹/۲	۷۷/۶	۹/۶	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی
۱۴	۱/۳۲	۰	۰	۶/۸	۲/۸	۸۴/۸	۵/۶	تسهیلات بهداشتی برای بهداشتی و بهداشتی

نشان می‌دهد داده‌ها برای استفاده از روش تحلیل عاملی مناسبند.

در جدول ۶ مقدار KMO و بار تلت محاسبه شده آمده است که

تبیین شده از این پنج عامل ۶۹/۹۵ بوده است. عامل اول با عنوان "ضعف در معرفی جاذبه‌های طبیعی روستا" با پنج متغیر تبیین کننده ۲۰/۳۲ درصد از واریانس کل است و مهم‌ترین عامل کمبود خدمات گردشگری در روستای ایبانه به شمار می‌آید. عامل دوم "ضعف خدمات رفاهی" با چهار متغیر ۱۴/۹۳ درصد واریانس کل را تبیین کرده و عامل سوم "ضعف خدمات اقامتی" است که دارای دو متغیر است و بیانگر ۱۳/۹۶ درصد واریانس کل است.

جدول ۶. مقدار KMO و ضریب بار تلت

KMO	بار تلت	سطح معنی داری
۰/۶۴۴	۵۱۳/۲۶۲	۰/۰۰۰

پنج عامل استخراج شده از تحلیل عاملی همراه با مقدار ویژه و درصد واریانس در جدول ۷ آمده‌اند. این عامل‌ها بر اساس ماهیت و قرابت مفهومی در هر عامل و نیز مهم‌ترین متغیرهای موجود در هر مؤلفه (Shams et al., 2008) در جدول ۸ نامگذاری شده‌اند. مقدار واریانس تجمعی

جدول ۷. عامل‌های استخراج شده در زمینه کمبودهای خدماتی از نظر جامعه محلی

ردیف	عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
۱	ضعف در معرفی جاذبه‌های طبیعی روستا	۲/۸۴	۲۰/۳۲	۲۰/۳۲
۲	ضعف خدمات رفاهی	۲/۰۹	۱۴/۹۳	۳۵/۲۵
۳	ضعف خدمات اقامتی	۱/۹۵	۱۳/۹۶	۴۹/۲۱
۴	ضعف در معرفی آداب و سنن محلی	۱/۵۵	۱۱/۱۱	۶۰/۳۲
۵	ضعف امنیت	۱/۳۴	۹/۶۲	۶۹/۹۵

جدول ۸. عامل‌های استخراج شده مربوط به کمبودهای خدماتی موجود از نظر جامعه محلی

بار عاملی	گویه‌ها	نام عامل
۰/۷۹۴	نبود تسهیلاتی برای بازدید از حیات وحش (سایت‌های عکاسی و پرنده‌نگری)	ضعف در معرفی جاذبه‌های طبیعی روستا
۰/۷۷۶	نبود راهنمایان گردشگری و تابلوهای راهنمایی تصویری یا دو زبانه	
۰/۷۷۴	ضعف اطلاع‌رسانی در مورد گیاهان دارویی و معطر منطقه و فراوری و فروش	
۰/۵۰۴	نبود امکانات ورزش‌های کوهستانی و برفی (winter tourism)	
۰/۵۰۳	نبود امکانات اسکان گردشگران در باغات و مزارع (اگرو توریسم)	ضعف خدمات رفاهی
۰/۷۸۳	نبود فضای کافی و مناسب برای پارکینگ وسایل نقلیه	
۰/۶۵۹	نبود بازارهایی مناسب برای معرفی و فروش تولیدات محلی و صنایع دستی	
۰/۵۲۹	نبود خدمات و امکانات غذایی مناسب و ترجیحاً مبتنی بر تولیدات محلی	
۰/۵۱۲	نبود تسهیلات بهداشتی مناسب و کافی (توالت‌های عمومی و خدمات درمانی)	ضعف خدمات اقامتی
۰/۹۲۲	نبود مکانی مناسب برای استراحت موقت (یک‌روزه) گردشگران	
۰/۸۸۶	نبود امکانات مناسب و ارزان قیمت برای اقامت شبانه در روستا	
۰/۸۹۳	نبود تسهیلات لازم برای پذیرش اردوهای علمی - فرهنگی دانش‌آموزی و دانشجویی	ضعف در معرفی جاذبه‌های فرهنگی دستی
۰/۶۲۰	نبود مراسم‌های فرهنگی - فولکلوریک (معرفی غذاها و نوشیدنی‌های محلی، صنایع دستی)	
۰/۸۰۸	کمبود امنیت و آرامش کافی	ضعف امنیت

با توجه به نتایج تحلیل عاملی جدول ۷، مهم‌ترین کمبودهای اشاره شده از دیدگاه گردشگران مربوط به عامل "ضعف در معرفی جاذبه‌های طبیعی روستا" است. با توجه به بررسی متغیرهای آن، به نظر می‌رسد اولویت توجه به

عامل چهارم "ضعف در معرفی آداب و سنن محلی" است که با دو متغیر ۹/۶۲ درصد واریانس را بیان می‌کند و عامل آخر "ضعف امنیت و آرامش در روستا" است که با یک متغیر ۱۱/۱۱ درصد واریانس را تبیین می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج این پژوهش می‌تواند به تشخیص متغیرهای کلیدی مربوط به نارسایی‌های خدماتی در این منطقه کمک شایان توجهی بکند. طبیعت بکر اطراف روستا و غنای شایان توجه آن از نظر حیات وحش و پرندگان، گل‌ها و گیاهان کوهی و زمینه‌های ورزش‌های کوهستانی فرصت‌های کم‌نظیری را به وجود آورده است که با بهره‌گیری از آن‌ها می‌توان به غنای تفریحی و آموزشی و گذران اوقات گردشگران در روستا، افزایش رضایت آن‌ها و در نهایت رونق گردشگری روستایی در این منطقه دست یافت. پیشنهاد می‌شود با بررسی‌های کارشناسانه لازم و کافی برای ایجاد سایت‌های پرندنگری (Bird watching)، عکاسی از حیات وحش و طبیعت و تورهای دیدار از حیات وحش منطقه اقدام شود؛ همچنین با ایجاد امکانات و البته ابتدا فرهنگ‌سازی لازم برای اسکان گردشگران در مزارع و باغات و برگزاری تورهای تفریحی میوه‌چینی و برداشت محصول باغات به دست گردشگران (گردشگری کشاورزی) می‌توان به ایجاد تنوع در نحوه پذیرایی از گردشگران دست یافت؛ افزون بر این در نتیجه برگزاری گردشگری کشاورزی، محصولات کشاورزی محلی به چرخه مصرف گردشگران وارد می‌شوند که این امر خود موجب رونق اقتصادی خواهد شد؛ اما این در صورتی میسر است که گردشگران تنها خدماتی را استفاده کنند که صرفاً از سوی نهادهای محلی تولید شده است و البته با آگاهی کامل از استانداردهای مورد انتظار و لازم برای آن خدمات و کالاها. نکته ظریفی که باید در نظر گرفته شود این است که طبیعت اطراف روستا جزء منطقه حفاظت‌شده حیات وحش (شکار ممنوع کرکس) است و این به معنای وجود گونه‌های گیاهی و جانوری آسیب‌پذیر و نیازمند حفاظت است. برای اقدام به برگزاری چنین تورهای گردشگری ابتدا باید فرهنگ‌سازی‌های لازم صورت گیرد و اعتماد روستاییان در این زمینه جلب شود.

مقوله رفع کمبودهای موجود در گردشگری روستای ابیانه توجه لازم و مطلوب به مواردی همچون ایجاد تنوع لازم و مورد انتظار در ارائه خدمات مرتبط با جاذبه‌های طبیعی موجود در منطقه (مانند ایجاد ارتباط با حیات جانوری و گیاهی، اقلیم کوهستانی و حضور برنامه‌ریزی‌شده در باغات و مزارع) است. در همین راستا، نتایج تحقیقات (Myers et al., 2003; Akama al., 2010; Attieh, 2011; krasteva, 2011; et al., 2003) نیز بر عامل مشابهی در زمینه اولویت عامل ضعف در معرفی جاذبه‌های گردشگری اشاره داشته است. در مورد عوامل دیگر می‌توان گفت که با توجه به عامل‌های استخراج‌شده "ضعف خدمات رفاهی، ضعف در معرفی جاذبه‌های فرهنگی، ضعف خدمات اقامتی و ضعف امنیت" ناشی از وجود برخی کاستی‌ها در برنامه‌های مدیریتی هدفمند در ارائه خدمات تفریحی و سرگرمی و نیز فرهنگی است که لازمه موفقیت و حفظ محبوبیت هر مقصد گردشگری در درازمدت است. این یافته‌ها با تحقیقات (Bashar & Puad, 2010; Yong, 2012; Ghaderi & Henderson, 2012; Dogan et al., 2002) همسو بوده است، از این رو نتایج مذکور می‌تواند بر جهت‌دهی مطلوب برنامه‌های مدیریت گردشگری در روستای ابیانه نقش مؤثری داشته باشد؛ برای مثال (Bashar & Puad, 2010) میزان رضایت گردشگران از تسهیلات و خدمات ارائه‌شده در اردن را سنجیدند. در تحلیل عاملی صورت‌گرفته، با تبیین کلی ۴۹/۴۴ درصد، انواع تسهیلات و خدمات گردشگری در پنج عامل گروه‌بندی شدند: خدمات و تسهیلات پشتیبانی و حمل‌ونقل، پاکیزگی و بهداشت محیط منطقه، کیفیت و تنوع خدمات و مهمان‌نوازی جامعه محلی، تسهیلات اقامتی و تغذیه‌ای، امنیت لازم و برگزاری جشنواره‌های جذاب محلی. مهم‌ترین عامل خدمات و تسهیلات پشتیبانی (امکانات تفریحی و سرگرمی، کیفیت و هزینه‌های حمل‌ونقل) با مقدار ویژه ۲/۹۳ اعلام شد.

REFERENCES

- Akama, J., & Kieti, D. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management*, 24(1), 73-81.
- Attieh, Latifa. (2011). A quest for authenticity: ecotourism potential in kafarhamam, southern Lebanon. *The International Conference on Tourism (ICOT): Tourism in an Era of Uncertainty*. 27-30 April 2011. Cyprus University of Technology, Crete, Greece, 48- 57.
- Bashar, A. M., & Puad, A. (2010). An examination of satisfaction on tourism facilities and services in Jordan. *Journal of Anatolia*, 21 (2), 388-392.
- Bemania, M. Mahmoodi nejad, H. (2009). principals of planning and development of rural tourism. Haale publication, (1th Ed.). Tehran. (In Farsi)
- Butnar, G. (2011). Comparative Analysis on

- the Clients' Perception of the Quality of Tourist Products and Services. *Journal International Business and management*, 3 (1), 63-76.
- Cave, P., & Wolf, M. (2012). Sustainable tourism-myth or reality: The case of the cape verde islands. *The International Conference on Tourism (ICOT): Setting the agenda for special interest tourism: Past, Present and Future*. 23-26 May 2012. Cyprus University of Technology, Crete, Greece. 74-83.
- Cochran, W.G. (1963). *Sampling techniques*, John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Crosby, A. L. (1993). Measuring Customer Satisfaction. In E.E. Scheuring and W.F. Christopher (eds), *The Service Quality Handbook*, Amacom, New York, 389-407.
- Ghaderi, Z. & Henderson, J. C. (2012). Case study sustainable rural tourism in Iran: A perspective from Hawraman Village. *Tourism Management Perspectives*, 2 (3), 47-54.
- Ghorbani, M. Nemati, A. Ghorbani, R. (2011). Investigation of willingness to pay of wheat farmers to weed during growth process (Razavi Khorasan province). *Journal of Agricultural Economics and Development*. 25 (1), 20-28. (In Farsi)
- Dogan, G. Jurowski, C. and Uysal, M. (2002). Resident Attitudes: A Structural Modelling Approach. *Annals of Tourism Research* 29(1), 79-105.
- ICHTO (2009). Booklet of Abyaneh pilot area. Tehran: Deputy of Investment and Projects, Iran Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization Published in Persian, 47-54
- ICHTO (2012). About Iran. Destinations. Isfahan. Retrieved from <http://www.ichto.ir/Default.aspx?tabid=1153>.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*. 3, 260- 269.
- Krasteva, R. V. (2011). Rural tourism in Bulgaria-Features, Examples and Tendencies for development. *The International Conference on Tourism (ICOT): Tourism in an Era of Uncertainty*. 27-30 April 2011. Cyprus University of Technology, Crete, Greece, 405- 414.
- Naidoo, P., Munhurrin, R. P., & Iadsawut, J. (2010). Tourist satisfaction with Mauritius as a holiday destination. *Global journal of business research*, 4 (3), 113-123.
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Dimensions of tourism satisfaction with a destination area. *annals of tourism research*, 314-322.
- Roknoddin Eftekhari, A., & Mahdavi, D. (2006). Strategies for Developing Rural Tourism Using the SWOT Model, Case Study: Lavasan-E Kuchak Rural. *Modarres Humanities Journal*, 10 (45). (In Farsi)
- Sadr moosavi, M., & Dakhili Kahnemoui, J. (2008). Evaluation of tourism facilities of Azarbaijan e sharghi from standpoint of tourists. *Journal of Geographic studied*, 61, 129- 143. (In Farsi).
- Shams, A., Irvani, H., Rezvanfar, A., Kalantari, KH., & Yazdani, S., (2008). An exploration of the effective components related with research productivity of Iranian agricultural faculty members. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development*, 39(1), 117-125. (In Farsi).
- Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural tourism: An introduction*. London: Thomson learning.
- Solderlund, M. (1998). Customer satisfaction and its consequences of customer behavior revisited, the impact of different levels of satisfaction on word of mouth, feedback to the supplier and loyalty. *International Journal of Service Industry Management*, 9 (2), 169-188.
- Sugden, R. A. Smith, T. M. F. and Jones, R. P. (2000). Cochran's Rule for Simple Random Sampling. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Statistical Methodology)*, 62(4), 787-793.
- Thompson, K., & Schofield, P. (2007). An investigation of the relationship between public transport performance and destination satisfaction. *Journal of Transport Geography*, 15, 136-144.
- Toosaei Soltanmoradi, A. Hasangholi Poor, T. Nazari, M. (2013) Influence of Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Firm Performance in Iran. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. 3(2). 1234-1239. (In Farsi)
- Yong, li. (2012). Tourists' perceptions of ethnic tourism in Lugu Lake, Yunnan, China. *Journal of Heritage Tourism*, 7 (1), 59-81.
- Yuksel, A., & Yuksel, F. (2001). Comparative Performance Analysis: Tourist's Perception of Turkey Relative to Other Tourist Destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 333-355.