

## تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری در مناطق نمونه گردشگری روستایی مطالعه موردی: روستای نمونه گردشگری هجیج در شهرستان پاوه

علی حاجی نژاد<sup>۱</sup>، دانا رحیمی<sup>۲\*</sup>، زهرا تقی زاده<sup>۳</sup>

۱. دانشیار دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان

۲ و ۳. دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی توریسم، دانشگاه سیستان و بلوچستان

(تاریخ دریافت: ۹۱/۸/۱؛ تاریخ پذیرش: ۹۲/۱/۲۸)

### چکیده

امروزه یکی راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت، مشکلات اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری در مناطق مستعد گردشگری روستایی می‌باشد. با توجه به این مهم، پژوهش حاضر در پی شناسایی توان محیطی منطقه نمونه گردشگری روستای هجیج و تدوین برنامه توسعه استراتژیک گردشگری با استفاده از مجموعه عوامل درونی (قوت و ضعف) و مجموعه عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدات) می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-تحلیلی و از لحاظ ماهیت، کاربردی - توسعه‌ای می‌باشد. با استفاده از پیمایش داده‌های حاصل از پرسشنامه و مطالعات میدانی به تعیین ابعاد چهارگانه تکنیک SWOT پرداخته شد. نمونه‌گیری پژوهش نمونه‌گیری تصادفی ساده و جامعه آماری را کارشناسان و صاحب‌نظران گردشگری استان می‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در روستای هجیج تعداد قوت‌ها ۱۱، ضعف‌ها ۱۱، فرصت‌ها ۱۲ و تهدیدات ۶ مورد می‌باشند. که بر اساس اولویت‌بندی این عوامل S4, O2, W3 و T2 دارای بیشترین امتیاز می‌باشند و استراتژی‌های WO و SO در اولویت‌های اول و دوم برای برنامه‌ریزی گردشگری می‌باشند. ارزیابی صورت گرفته در این پژوهش به تدوین برنامه توسعه گردشگری روستای هجیج انجامید که می‌تواند رهگشایی برای اصلاح و بهبود وضعیت گردشگری این منطقه باشد.

### واژگان کلیدی

گردشگری روستایی، برنامه استراتژیک، مناطق نمونه گردشگری، روستای نمونه گردشگری هجیج، پاوه.

### مقدمه

در کشورهای جهان از گردشگری به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اجتماعی نواحی یاد شده است (Sharply, 2002, P.233). تا جای که سازمان جهانی گردشگری در بیانیه مانیل، گردشگری را نیاز اساسی در هزاره سوم معرفی کرده است (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۹۳) و پیش‌بینی می‌کند که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۱/۵ میلیارد نفر برسد (Shaw & Williams, 2004, P.105). که این مقدار بیش از ۱۰ درصد از درآمد ناخالص داخلی کشورها در سطح جهان را شامل می‌شود (Doswill, 2005, P.77). امروزه از گردشگری به عنوان گذرگاه توسعه<sup>۱</sup> یاد می‌شود (Swarbrook, 1998) که با ماهیتی چند بعدی، علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه میزبان می‌گردد (Dwyer et al., 2009, P.67). گردشگری بسته به شرایط محیطی، دارای انواع متنوعی است (Cater, 2000, P.43). یکی از انواع گردشگری، گردشگری روستایی است که با قدمتی بیشتر از یک قرن، با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران و همچنین کارکردی جهت بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی منطقه میزبان مورد توجه بسیاری واقع شده است با این دیدگاه برنامه‌ریزان تلاش دارند تا با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌ها، هم موجبات توفیق گردشگری روستایی را در پاسخگویی به نیازهای گردشگران فراهم آورده و هم موجبات اصلاح مناطق روستایی را موجب شوند (خاتون‌آبادی و راست‌قلم، ۱۳۹۰، ص ۳۳۰). این دیدگاه نتایج مثبتی را نیز در برداشته به عبارتی، بسیاری می‌پندارند که توسعه گردشگری راه حل بسیاری از مشکلاتی است که مناطق روستایی گرفتار آن می‌باشند (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵، ص ۲). براین اساس، توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند عنصری اساسی در غلبه بر انگاره‌های توسعه‌نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی به حساب آید (شریف‌زاده و

مرادی نژاد، ۱۳۸۱، ص ۵۳). لذا با توجه به اهمیت مسئله و اینکه یکی از رویکردهای اصلی دولت در راستای رفع محرومیت و ایجاد محرک‌های توسعه و تحقق اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز بیست ساله کشور بهره‌گیری از توان مناطق محروم بالاخص روستاها، مقوله گردشگری است. بنابراین، با توجه به رویکرد توسعه گردشگری در روستاهای کشور تا کنون ۳۸۰ روستای هدف گردشگری در کشور شناسایی و ثبت گردید که سهم استان کرمانشاه ۱۲ روستای هدف گردشگری می‌باشد. در این بین شهرستان پاوه دارای سه روستای هدف گردشگری می‌باشد که روستای زیبای هجیج با ۳۰۰۰ مترمربع وسعت و با داشتن جاذبه‌های متنوع گردشگری و آثار تاریخی هر ساله پذیرای گردشگران بی‌شماری می‌باشد (معاونت سرمایه‌گذاری مناطق نمونه گردشگری استان کرمانشاه، ۱۳۹۰). اکنون با توجه به رویکرد پژوهش حاضر، چرایی توسعه گردشگری در روستای هدف گردشگری هجیج از دو بعد قابل بررسی است؛ یکی آنکه این روستا از توان بالقوه گردشگری روستایی برخوردار است؛ و دیگر آنکه وضعیت بیکاری در این روستا و منطقه شدید بوده و فعالیت‌های کشاورزی و باغداری توان رفع این معضل را نداشته است و توجه به تدوین برنامه استراتژی گردشگری روستایی به عنوان گام مهمی در رشد و توسعه روستا و شهرستان ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین، هدف این پژوهش ارزیابی محیط داخلی و محیط خارجی روستای هجیج می‌باشد که به ارائه راهبردهای جذب و توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT می‌پردازد؛ بنابراین، با در نظر گرفتن موارد فوق پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی برای سؤالات ذیل بوده است.

(۱) محیط درونی و بیرونی چه مقدار در توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه تأثیر دارند؟

(۲) استراتژی‌های مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در روستای هجیج کدامند؟

### مبانی نظری پژوهش

روستا، مجموعه زیستی سکونتی است که نوع معیشت آن تا حدود زیادی با شهر متفاوت بوده و

عمدتاً بر اساس فعالیت‌های کشاورزی و صنایع دستی استوار است (رحیمی و رنجبر دستنایی، ۱۳۹۱، ص ۱۳۹). به عبارتی، نواحی روستایی یک منبع چندمنظوره هستند که بسیاری از تقاضاها و استفاده‌های مختلف را تأمین می‌کنند (رضوانی، ۱۳۸۷، ص ۴۷-۴۸). گردشگری شامل همه فعالیت‌های است که به وسیله یک گردشگر در طول مدتی که او به دلایل شخصی یا حرفه‌اش در جایی دور از مکانی که محل زندگی او باشد انجام می‌گیرد (Smid & Zwart, 2002, P.233). بر اساس نتایج مطالعات پایه، مناطق نمونه گردشگری به عنوان یک فرصت سرمایه‌گذاری قابل عرضه برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی خواهد بود. در این زمینه، برخی از مناطق نمونه گردشگری روستاهای هدف گردشگری هستند و روستاهای هدف گردشگری به آن دسته از روستاهایی اطلاق می‌گردد که دارای یک یا چند جاذبه گردشگری اعم از طبیعی، فرهنگی، تاریخی و مذهبی در سطح محلی، منطقه‌ای و یا ملی باشند (خاتون آبادی و راست قلم، ۱۳۹۰، ص ۳۳۱)، که از دو جنبه دارای اهمیت هستند یکی به عنوان یک فعالیت گسترده جهانی و دیگری تأکید بر توسعه گردشگری روستایی و حفظ میراث فرهنگی با تأکید بر سیاست‌های منطقه‌ای و محلی (معاونت سرمایه‌گذاری مناطق نمونه گردشگری استان کرمانشاه، ص ۳۹۰). در کنار این تعریف، ویژگی روستاهای هدف گردشگری عبارتند از:

- ۱) فعالیت‌های گردشگری در محیط‌های روستایی رخ می‌نماید.
  - ۲) فعالیت گردشگری در ارتباط با زندگی روستائیان است.
  - ۳) علائق گردشگران مبتنی بر تولیدات کشاورزی و سبک زندگی سنتی اقوام می‌باشد.
  - ۴) گردشگری روستایی باید به شیوه پایدار توسعه یابد (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۰۰).
- در این راستا، گردشگری روستایی می‌تواند به عنوان یک کارکرد تداوم یابد و به نوبه خود، در رشد و تعالی روستا و بالطبع گره خوردن آن با توسعه ملی نقش مهمی در فرایند توسعه کشورها ایفا نماید (شمس‌الدینی، ۱۳۸۹، ص ۹۶) و باید با این تفکر پیش رفت که راهبرد گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار جدایی‌ناپذیر توسعه روستایی باشد (Sharpley, 2002, P.234).



شکل ۱. مدل تحلیلی پژوهش (یافته‌های نگارندگان، ۱۳۹۱)

در واقع، توسعه مناطق روستایی به همراه شناخت قابلیت‌ها و تنگناهای آن، یکی از محورهای اصلی برنامه‌های توسعه محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها بوده است. لذا، توسعه مناطق روستایی یک ضرورت بنیادی برای توسعه محلی، منطقه‌ای و ملی است که می‌تواند مهم‌ترین هدف‌های توسعه را تحقق بخشد (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۲۴). بنابراین، با توجه رویکرد پژوهش حاضر و با ضرورت‌های مطرح شده در این زمینه برنامه‌ریزی‌های راهبردی جهت توسعه مناطق نمونه گردشگری روستایی امری ضروری می‌باشد.

### پیشینه پژوهش

با توجه به ابعاد توسعه گردشگری روستایی، در دنیا و ایران مطالعات زیادی در این زمینه صورت گرفته است. فلیشر و فلسنشتاین<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) بر این باورند که گردشگری در مناطق روستایی

1. Flisher & Felsenstein

می‌تواند منجر به توسعه کشاورزی در مناطق روستایی شود. یاگو پیرالس<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) به تعیین ویژگی‌های گردشگری روستایی مدرن پرداخته است. مک دونالد<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) گردشگری را به عنوان یک ابزار توسعه، برای تعدادی از روستاها و نواحی منزوی می‌داند. ملگرن<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) به این نتیجه رسید که گردشگری منجر به تولید و فروش صنایع دستی و ایجاد فرصت‌های اشتغال برای ساکنان روستایی می‌گردد. در ایران خاموشی (۱۳۸۶)، نشان داد که گردشگری روستایی باعث ایجاد تقاضا برای محصولات کشاورزی و صنایع دستی و مانع مهاجرت می‌شود. مافی و سقایی (۱۳۸۷) به بیان محصول گردشگری روستایی و نسبت بین کلان شهرها و گردشگری روستایی پرداخته‌اند. اکبری و بمانیان (۱۳۸۷) در پژوهشی به مطالعه اکوتوریسم روستایی و نقش آن در توسعه پایدار روستای کندوان پرداختند. شهیدی و همکاران (۱۳۸۸)، به این نتیجه رسید که نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند در روند ارزیابی توسعه توریسم روستایی منطقه مورد مطالعه برنامه‌ریزی، طرح‌ریزی و اجرا مورد استفاده قرار گیرد. بهرامی (۱۳۸۹) نتیجه گرفت که آستانه آسیب‌پذیری نقاط روستای به علت گردشگری بودن مناطق غربی استان کردستان بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود می‌باشد. رضوانی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به مقایسه آثار اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم با گردشگری روزانه بر نواحی روستایی با رویکرد توسعه پایدار پرداختند. جمعه‌پور و احمدی (۱۳۹۰) به تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی در روستای برغان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تأثیر اقتصادی گردشگری در روستا محدود بوده و تنها برخی از خانوارها را در بر می‌گیرد. خاتون‌آبادی و راست قلم (۱۳۹۰) به سنجش ارکان چهارگانه گردشگری روستایی در استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از مدل SWOT پرداخته‌اند. کرمی دهکردی و کلانتری (۱۳۹۰) به شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از

---

1. Yague perales

2. Macdonald

3. Mellgern

تکنیک تئوری بنیانی پرداختند. فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی به رتبه‌بندی زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی با استفاده از فن تاپسیس خاکستری پرداختند و در پایان به این نتیجه رسیدند که جاذبه‌های جنگل‌های ارسباران به عنوان بهترین گزینه بین سایر جاذبه‌ها برای سرمایه‌گذاری انتخاب شده است. رحیمی و رنجبر دستنانی (۱۳۹۱) به ارزیابی جاذبه‌های اکوتوریسمی روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری پرداخته‌اند که نتایج تحقیق نشان داد روستاهای ده‌چشمه، هوره و آتشگاه، به ترتیب، از شرایط بهتری به منظور سرمایه‌گذاری برخوردار هستند.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از جمله تحقیقات کاربردی - توسعه‌ای است که روش تحقیق آن ترکیبی (پیمایشی و توصیفی - تحلیلی) می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی - های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی همچون مشاهده و مصاحبه استفاده گردید و فهرستی از وضعیت کلی گردشگری منطقه جمع‌آوری و بررسی شد. در مرحله بعد، برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از مدل راهبردی SWOT بهره گرفته شد (جدول ۱). ابتدا با تحلیل محیط داخلی فهرستی از قوت‌ها و ضعف‌ها تهیه و سپس، با واکاوی محیط بیرونی فهرستی از فرصت‌ها و تهدیدات شناسایی گردید. سپس، با نظرخواهی از جامعه آماری پژوهش (۳۳ نفر از صاحب‌نظران و ۱۰ نفر از کارشناسان گردشگری استان) عوامل وزندهی شده‌اند. قابل ذکر است که نمونه آماری پژوهش به صورت تصادفی ساده انتخاب شده است. که با پیمایش داده‌های پژوهش و تطبیق آن با عوامل چهارگانه SWOT در منطقه وضعیت گردشگری ارزیابی شد. سپس، با مشخص شدن اولویت‌ها جهت تقویت قوت‌ها و فرصت‌ها و تضعیف ضعف‌ها و تهدیدات برنامه استراتژیک جهت توسعه گردشگری در منطقه نمونه گردشگری روستای هجیج تدوین گردید و ماتریس SWOT برای روستای هدف گردشگری هجیج ترسیم گردید.

جدول ۱. ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها

نقاط ضعف W	نقاط قوت S	ماتریس SWOT
استراتژی‌های WO	استراتژی‌های SO	فرصت‌ها O
استراتژی‌های WT	استراتژی‌های ST	تهدیدها T

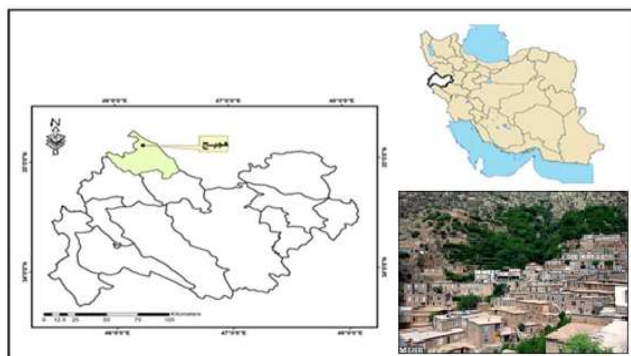
تعیین استراتژی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت توسعه

منبع: افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵، ص ۹

### قلمرو پژوهش

روستای هجیج از توابع بخش نوسود در شهرستان پاوه، با مختصات جغرافیایی ۴۶ درجه و ۲۰ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۹ دقیقه عرض شمالی، در ۳۴ کیلومتری شهرستان پاوه و ۱۲۳ کیلومتری استان کرمانشاه قرار دارد. روستای کوهستانی هجیج بافت مسکونی متمرکزی دارد و بیشتر خانه‌های این روستا در دو طبقه بنا شده و فاقد حیاط می‌باشند و در کشور به روستای پلکانی معروف است (شکل ۲). گونه‌شناسی گردشگری روستایی در روستای هجیج شامل انواع گردشگری میراثی و تمدنی، گردشگری فولکلور، گردشگری درمانی، گردشگری فرهنگی و مذهبی، گردشگری عشایری و کشاورزی و... می‌باشد.





شکل ۲. موقعیت جغرافیایی روستایی هجیر در استان و کشور

بنابراین، با توجه به پتانسیل‌های بالای گردشگری روستایی در این منطقه لزوم تدوین برنامه-ریزی راهبردی در این روستا جهت توسعه گردشگری لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

## تجزیه و تحلیل

### ۱) مدل استراتژیک SWOT

منطق رویکرد SWOT این است که با راهبردی اثربخش باید قوت‌ها و فرصت‌های سیستم را حداکثر کرد و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل رساند. این منطق اگر درست به کار گرفته شود، نتایج بسیار خوبی را برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثربخش خواهد داشت (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۵، ص ۱۹۳). تحلیل SWOT قوت‌ها و ضعف‌های (حسابرسی درونی) سازمان را با فرصت‌ها و تهدیدات (حسابرسی خارجی) ارتباط می‌دهد. به عبارتی، چهار بعد تجزیه و تحلیل SWOT به شرح زیر قابل تعریف می‌باشند:

نقاط قوت<sup>۱</sup>: بخش‌هایی از عملیات که نقش قابل توجهی در موفقیت بخش گردشگری دارند.

---

#### 1. Strengths

نقاط ضعف<sup>۱</sup>: آن دسته از مشخصات بخش گردشگری، که کیفیت محصول را کاهش می‌دهند. فرصت‌ها<sup>۲</sup>: فرصت‌هایی منتهی به بهبود و گسترش قابل توجه و همچنین، توسعه تقاضای جدید و عمده می‌شود.

تهدیدها<sup>۳</sup>: هر گونه روند، رویداد یا عاملی هستند که می‌توانند آینده گردشگری را به شکل منفی و ناخوشایند تحت تأثیر قرار دهند.

این چهار حالت کلی با همدیگر پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های راهبردی از بین آن‌ها انتخاب می‌شوند (ابراهیم‌زاده و ایزدفر، ۲۴۲، ص ۱۳۸۸):

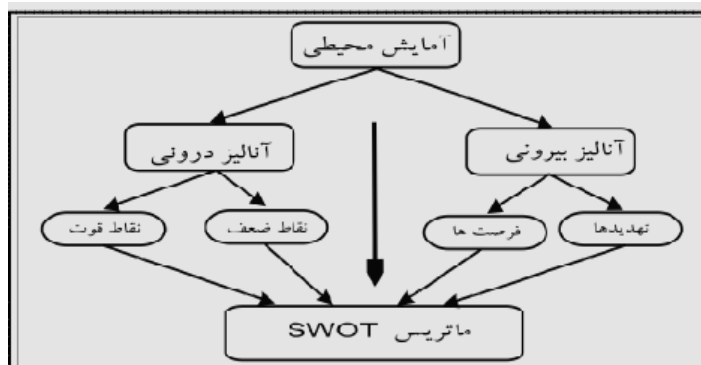
استراتژی‌های SO: به عنوان استراتژی‌های تهاجمی (تلفیق قوت با فرصت) شناخته می‌شوند.

استراتژی‌های WO: به عنوان استراتژی‌های بازنگری (تلفیق ضعف با فرصت) شناخته می‌شوند.

استراتژی‌های ST: به عنوان استراتژی‌های تنوع (تلفیق قوت و تهدیدات) شناسایی می‌شوند.

استراتژی‌های WT: به عنوان استراتژی‌های تدافعی (تلفیق ضعف و تهدیدات) شناخته شده‌اند (مهدوی، ۱۳۸۳، ص ۱۲۴-۱۱۸؛ بیگی فیروزی، ۱۳۹۰، ص ۷۲-۷۳)

- 
1. Weakness
  2. Opportunities
  3. Threats



شکل ۳. چارچوب تحلیل SWOT (محمدی ده‌چشمه و زنگی‌آبادی، ۱۳۸۷، ص ۳)

## ۲) تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستای هدف گردشگری هجیج

با استفاده از مدل استراتژیک SWOT ابتدا عوامل تأثیرگذار داخلی و خارجی بر توسعه گردشگری روستای هجیج با استفاده از مطالعات میدانی و بازدید از روستا شناسایی و در ماتریس مربوطه قرار داده شد که هدف از این مرحله شناسایی نقاط قوت و ضعف درونی و فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی می‌باشد. در گام بعدی، بر اساس داده‌های پرسشنامه به هر کدام از عوامل وزنی از ۰ تا ۱ اختصاص داده شده که در این مرحله با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل مورد نظر در عملکرد گردشگری روستای هجیج، مرتبه‌ای از ۱ تا ۵ با استفاده از نظرات کارشناسان داده شده است. در گام چهارم، مجموع امتیاز نهایی با ضرب مقادیر (ستون ۲ در ستون ۳) به دست می‌آید. سپس، همه امتیازهای وزنی عوامل داخلی و خارجی جداگانه جمع زده شده تا مجموع امتیاز نهایی عوامل داخلی و خارجی به دست آید و میزان تأثیرپذیری هر کدام از عوامل ارزیابی گردد. سپس، به اولویت‌بندی مجموع عوامل داخلی و خارجی پرداخته شده که نتایج در ماتریس ارزیابی عوامل قرار گرفته است که این اولویت‌بندی گام مهمی جهت ارائه راهبردهای توسعه گردشگری در منطقه می‌باشد و باعث ارائه راهبردهای چهارگانه می‌شود و در گام نهایی، عوامل استراتژیکی نیز اولویت‌بندی گردید و ماتریس نهایی SWOT برای منطقه طراحی شد.

## الف) ارزیابی محیط داخلی (حسابرسی داخلی) روستای هدف گردشگری هجیج جهت تدوین برنامه توسعه گردشگری

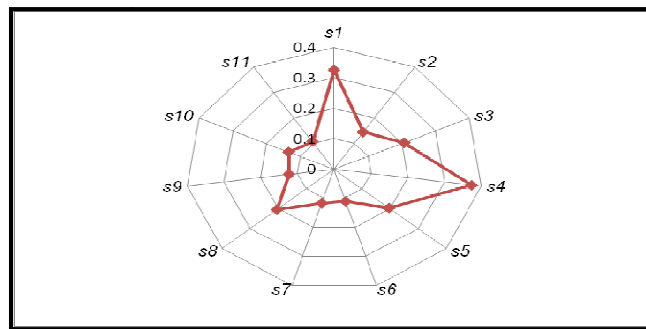
بر اساس گام‌های تعیین شده، تعداد عوامل داخلی در روستای هجیج ۲۲ عامل ارزیابی گردید که از این تعداد ۱۱ عامل مربوط به قوت‌ها و ۱۱ عامل نقاط ضعف را شامل می‌گردد (جدول ۲).

جدول ۲. ارزیابی عوامل محیط داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) گردشگری در روستای هجیج

S	قوت‌ها	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
S1	غناي جاذبه‌های اکوتوریسمی (جنگل، غار، چشمه‌ها، رودخانه‌ها)	۰/۰۶۵	۵	۰/۳۲۵
S2	برخورداري از جاذبه‌های فرهنگی - مذهبی (کوسه هجیج و...)	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۴
S3	انتخاب به عنوان روستای هدف گردشگری در طرح جامع گردشگری استان	۰/۰۵۲	۴	۰/۲۰۸
S4	وجود معماری منحصر به فرد پلکانی در منطقه	۰/۰۷۵	۵	۰/۳۷۵
S5	معرفی به عنوان روستای پاک و عاری از مواد مخدر	۰/۰۴۹	۴	۰/۱۹۶
S6	برخورداري از صنایع دستی محلی از قبیل گیوه‌بافی، گلیم‌بافی در منطقه	۰/۰۳۷	۳	۰/۱۱۱
S7	برخورداري از موقعیت استراتژی و مرزی در همسایگی با کشور عراق	۰/۰۳۹	۳	۰/۱۱۷
S8	برخورداري از توپوگرافی و کوهستان‌هایی جهت ایجاد پیست اسکی و ...	۰/۰۵۱	۴	۰/۲۰۴
S9	برخورداري از منابع آب و جنگلی جهت توسعه طرح‌های گردشگری	۰/۰۴۱	۳	۰/۱۲۳
S10	وجود چشمه‌های آب معدنی نمونه در کشور	۰/۰۴۵	۳	۰/۱۳۵
S11	وجود آب و هوای مطبوع در فصل گرم سال	۰/۰۵۴	۲	۰/۱۰۸
W	ضعف‌ها	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
W1	کمبود و عدم کفایت امکانات رفاهی و تسهیلات گردشگری	۰/۰۶۹	۴	۰/۲۷۶
W2	آسیب‌رسانی به محیط زیست منطقه از طرف گردشگران ناشناخته به منطقه	۰/۰۶۳	۳	۰/۱۸۹
W3	ناکارآمدی مدیریت‌های مسئول در امر گردشگری منطقه	۰/۰۷۹	۴	۰/۳۱۶
W4	ضعف تبلیغات رسانه‌های جمعی در زمینه شناساندن جاذبه‌های گردشگری	۰/۰۴۵	۳	۰/۱۳۵
W5	عدم انسجام در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری	۰/۰۵۶	۴	۰/۲۲۴
W6	مشکلات زیربنایی از جمله ضعف دسترسی به مقاصد	۰/۱	۲	۰/۲
W7	نبود افراد تحصیل کرده در زمینه گردشگری در ادارات مرتبط	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶
W8	پراکنش نامناسب فصلی گردشگران و آسیب‌رسانی به محیط	۰/۰۶۰	۲	۰/۱۲
W9	کمبود و ضعف تورهای سیاحتی و توریستی در منطقه و شهرستان‌های تابع	۰/۰۳۴	۳	۰/۱۰۲
W10	عدم آگاهی از منافع ورود گردشگر به منطقه و عواید آن	۰/۰۴۷	۳	۰/۱۴۱
W11	عدم وجود امنیت دائم به علت مرزی بودن روستا	۰/۰۵۵	۴	۰/۲۲

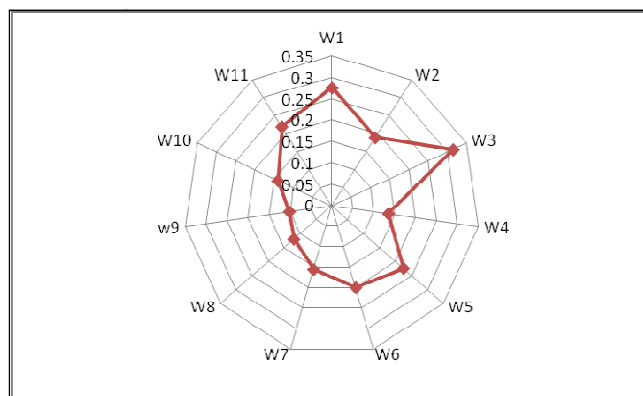
مأخذ: تحلیل یافته‌های حاصل از پرسشنامه، ۱۳۹۱

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۲ مهمترین قوت‌هایی که روستای هجیج در زمینه جذب گردشگر با آن روبه روست، عبارتند از: معماری منحصر به فرد و پلکانی روستا (S4)، با امتیاز وزنی ۰/۳۷۵، غنای جاذبه‌های گردشگری و اکوتوریسمی (S1)، با امتیاز وزنی ۰/۳۲۵ و انتخاب شدن به عنوان روستای هدف گردشگری (S3)، با امتیاز وزنی ۰/۲۰۸ و سپس، سایر قوت‌ها به ترتیب اهمیت قرار گرفته‌اند (نمودار ۱).



نمودار ۱. امتیاز وزنی هر یک از نقاط قوت (S)

همچنین، به ترتیب، ناکارآمدی مدیریت‌های مسئول در امر گردشگری منطقه (W3)، با امتیاز وزنی ۰/۳۱۶، کمبود و عدم کفایت امکانات رفاهی و تسهیلات گردشگری (W1)، با امتیاز وزنی ۰/۲۷۶ و عدم انسجام و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و نبود امنیت (W11, W5)، با امتیاز وزنی ۰/۲۲، به عنوان مهمترین نقاط ضعف شناخته شده‌اند و سپس، سایر ضعف‌ها به ترتیب اهمیت قرار گرفته‌اند (نمودار ۲).



نمودار ۲. امتیاز وزنی هر یک از نقاط ضعف (w)

ب) ارزیابی محیط خارجی (حسابرسی خارجی) روستای هدف گردشگری هجیج جهت تدوین برنامه توسعه گردشگری

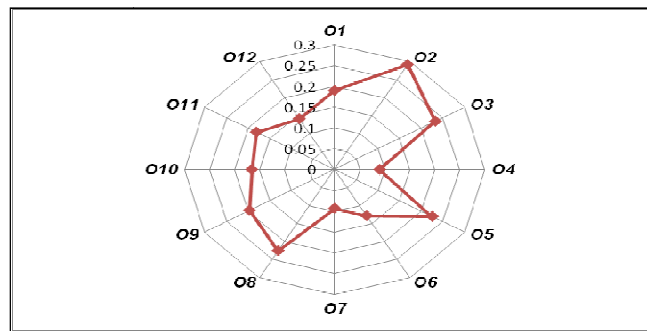
تعداد عوامل خارجی ۱۸ عامل می‌باشد که از این تعداد ۱۲ عامل فرصت‌ها و ۶ عامل از تهدیدات شناسایی شده‌اند (جدول ۳).

## جدول ۳. ارزیابی عوامل محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات) گردشگری در روستایی هجیج

O	فرصت‌ها	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
O1	امکان ارتقای کیفیت بصری روستا به عنوان قطب گردشگری در منطقه اورامانات	۰/۰۳۸	۵	۰/۱۹
O2	امکان تبدیل روستای هجیج در منطقه اورامانات به قطب گردشگری	۰/۰۹۷	۳	۰/۲۹۱
O3	امکان ایجاد تفریحات سالم کوهستانی با توجه به توپوگرافی منطقه	۰/۰۵۸	۴	۰/۲۳۲
O4	امکان توسعه محصولات باغی منحصر به فرد جهت صادرات	۰/۰۳۰	۳	۰/۹
O5	قابلیت توسعه توریسم ورزشی در منطقه (کوه‌نوردی، پیاده‌روی و اسکی)	۰/۰۸۵	۳	۰/۲۲۵
O6	امکان توسعه بازارهای محلی و ارائه صنایع دستی جهت صادرات	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۸
O7	امکان پرورش آبزیان در سطح روستا به واسطه نزدیکی به رودخانه سیروان	۰/۰۳۱	۳	۰/۰۹۳
O8	مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی بخش خصوصی	۰/۰۷۵	۳	۰/۲۲۵
O9	نزدیکی نسبی به قطب گردشگری اورامانات	۰/۰۴۹	۴	۰/۱۹۶
O10	امکان ایجاد و گسترش مسکن تفرجی، ویلایی و استراحتگاهی در روستا	۰/۰۵۵	۳	۰/۱۶۵
O11	وجود ثبات نسبی جمعیت روستایی در روستا	۰/۰۴۵	۴	۰/۱۸
O12	کاهش نرخ بیکاری در روستا از طریق گسترش گردشگری روستایی	۰/۰۴۷	۳	۰/۱۴۱
T	تهدیدات	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
T1	ضعف برنامه‌های اتخاذ شده جهت سدسازی در منطقه از طرف مسئولان عمرانی.	۰/۱	۴	۰/۴
T2	تخریب بافت پلکانی روستا و تخریب برخی از منازل	۰/۰۹۲	۵	۰/۴۶
T3	آلودگی منابع زیست محیطی (آب، هوا، زمین و...) از طرف مردم بومی	۰/۰۴۵	۵	۰/۲۲۵
T4	نابودی آبزیان رودخانه سیروان و طرح‌های آبی پروری از طریق احداث سد داریان	۰/۰۵۵	۳	۰/۱۶۵
T5	فقدان انگیزه لازم در بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۷۳	۴	۰/۲۹۳
T6	عدم شناخت و درک روشن از مسائل زیست محیطی در میان اقشار مختلف	۰/۰۳۵	۳	۰/۱۰۵

مأخذ: تحلیل یافته‌های حاصل از پرسشنامه، ۱۳۹۱

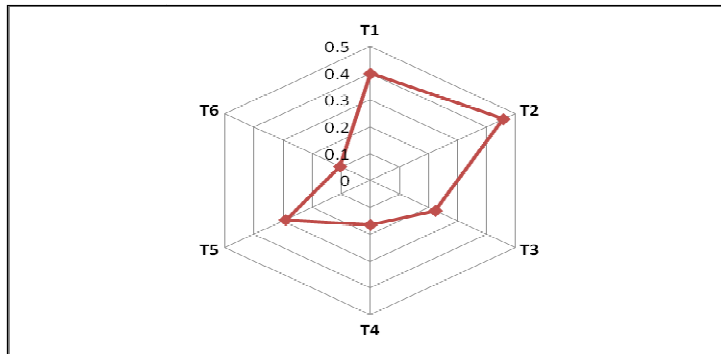
بر این اساس، مهم‌ترین فرصت‌هایی که روستای هجیج در راستای جذب گردشگر می‌تواند از آن-ها بهره‌مند گردد، عبارتند از: امکان ایجاد تفریحات سالم کوهستانی با توجه به توپوگرافی همچون تله کابین و ورزش‌های زمستانی از قبیل اسکی (O3) با امتیاز وزنی ۰/۲۳۱، تبدیل روستای هجیج در منطقه اورامانات به قطب گردشگری (O2) با امتیاز وزنی ۰/۲۹۱، مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی، با توجه به پتانسیل‌های موجود از طرف بخش خصوصی و قابلیت توسعه توریسم ورزشی در منطقه (O8, O5)، با امتیاز وزنی ۰/۲۲۵ در اولویت‌های بعدی قرار دارند (جدول ۳ و نمودار ۳).



نمودار ۳. امتیاز وزنی هر یک از فرصت‌ها (O)

همچنین، از نظر کارشناسان، تخریب بافت پلکانی روستا و تخریب برخی از منازل (T2) با امتیاز وزنی ۰/۴۶ و ضعف برنامه‌های اتخاذ شده جهت سدسازی در منطقه از طرف مسئولان عمرانی و خطر به زیر رفتن قسمتی از روستا (T1)، با امتیاز وزنی ۰/۴ و فقدان انگیزه لازم بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی (T5)، با امتیاز وزنی ۰/۲۹، به عنوان مهم‌ترین تهدیدات پیش روی روستای هجیج شناخته شده‌اند (جدول ۳ و نمودار ۴).





نمودار ۴. امتیاز وزنی هر یک از تهدیدات (T)

در مجموع، امتیاز نهایی عوامل داخلی در ماتریس ارزیابی ۳/۹۵۵ (جدول ۲) و امتیاز نهایی عوامل خارجی در تحقیق مربوطه ۳/۸۰۴ (جدول ۳) به دست آمده که نشان دهنده تأثیرگذاری بیشتر عوامل داخلی بر عوامل خارجی در روستای هجیج می باشد.

ج) اولویت بندی عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری در روستای نمونه گردشگری هجیج

شکل ۴ عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری در روستای نمونه هجیج را به ترتیب اولویت نشان می دهد.

عوامل خارجی	عوامل داخلی
فرصت‌ها (O)	قوت‌ها (S)
O2	S4
O3	S1
O8	S3
O5	S8
O9	S5
O1	S2
O11	S10
O10	S9
O12	S7
O6	S6
O7	S11
تهدیدها (T)	ضعف‌ها (W)
T2	W3
T1	W1
T5	W5
T3	W6
T4	W11
T6	W2
	W7
	W10
	W4
	W8
	W9

شکل ۴. ماتریس اولویت‌بندی برنامه‌ریزی نقاط (SWOT) در روستای هجیج

### ۳) تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در منطقه نمونه گردشگری هجیج

الف) راهبردهای رقابتی - تهاجمی (SO): در این راهبردها تمرکز بر حداکثر - حداکثرسازی نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است و هر پدیده برای بهره‌مندی هر چه بیش‌تر از فرصت‌های محیط بیرونی در تلاش است که از نقاط قوت خود حداکثر بهره را ببرد، این راهبردها در شکل ۵ نشان داده شده است.

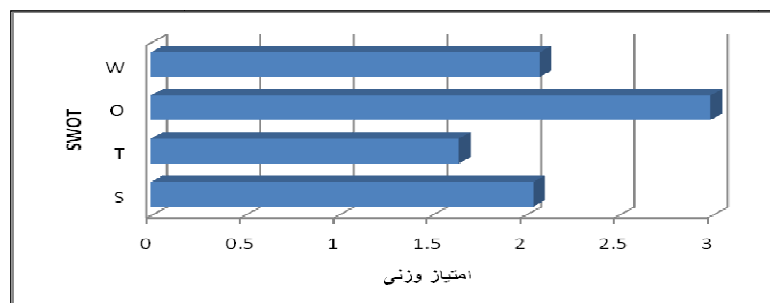
ب) راهبردهای اقتضایی یا تنوع (ST): این راهبرد بر حداکثر- حداقل سازی در تنوع بخشی به نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز بوده و بر پایه بهره‌گیری از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدات خارجی تدوین می‌شود.

ج) راهبردهای بازنگری یا انطباقی (WO): در این راهبرد حداقل - حداکثر سازی برای کاستن ضعف‌ها و استفاده از فرصت‌ها مورد نظر می‌باشد.

د) راهبردهای تدافعی (WT): این راهبرد بر مبنای حداقل - حداقل سازی با هدف کاهش ضعف‌ها برای کاهش تهدیدها است.

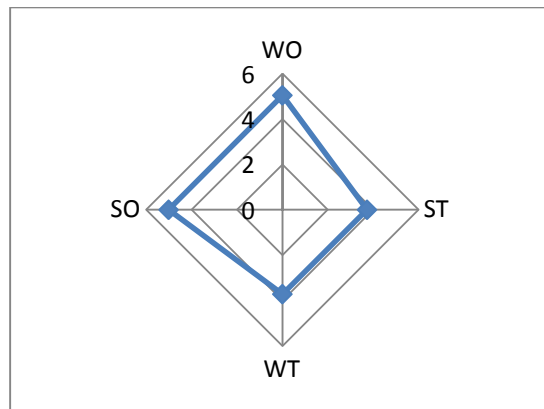
#### اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی در روستای نمونه گردشگری هجیج

فرایند انتخاب استراتژی برتر جهت برنامه‌ریزی گردشگری در مرحله اول بر اساس امتیاز وزنی عوامل چهارگانه SWOT و میزان امتیاز وزنی عوامل، جمع‌بندی شده که بر این اساس در روستای هجیج امتیاز وزنی عوامل شامل  $S= 2/046$ ،  $W= 2/079$ ،  $O= 2/966$ ،  $T= 1/648$  می‌باشد. براین اساس، فرصت‌ها دارای بیشترین امتیاز و سپس، به ترتیب، ضعف‌ها، قوت‌ها و تهدیدات قرار گرفته‌اند (نمودار ۵).



نمودار ۵. اولویت‌بندی عوامل چهارگانه SWOT

در گام بعدی، برای رتبه‌بندی استراتژی‌ها با توجه به راهبردهای SO [حداکثر- حداکثر]، WO [حداقل- حداکثر]، ST [حداکثر- حداقل] و WT [حداقل- حداقل] عوامل دو به دو باهم جمع زده شده که  $SO = 5/012$ ،  $WO = 5/045$ ،  $ST = 3/727$ ،  $WT = 3/717$  می‌باشد. که بر این اساس، در منطقه نمونه گردشگری روستای هجیج راهبردهای حداقل- حداکثر و سپس، حداکثر- حداکثر قرار گرفته است و بقیه راهبردها در اولویت‌های بعدی قرار گرفته است (نمودار ۶).



نمودار ۶: اولویت‌بندی عوامل استراتژی جهت توسعه گردشگری در روستای هجیج

شکل ۵. تشکیل ماتریس SWOT در جهت توسعه گردشگری روستایی در روستای هدف گردشگری هجیج

<p style="text-align: center;"><b>۲</b></p> <p style="text-align: center;"><b>نقاط ضعف (W)</b></p> <p>W1 عدم کفایت امکانات رفاهی و تسهیلات گردشگری</p> <p>W2 ناکارآمدی مدیریت‌های مسئول در امر گردشگری و محیط زیست</p> <p>W3 ضعف تبلیغات رسانه‌های جمعی در زمینه گردشگری</p> <p>W4 عدم انسجام و برنامه ریزی توسعه گردشگری</p> <p>W5 مشکلات زیربنایی از جمله ضعف دسترسی به مقاصد</p> <p>W6 کمبود و ضعف تورهای سیاحتی و توریستی</p> <p>W7 عدم آگاهی از منافع ورود گردشگر به منطقه و عواید آن</p> <p>W8 نبود امنیت دائم به علت مرزی بودن روستا</p> <p>W9 پراکنش نامناسب فصلی گردشگران و آسیب رسانی به محیط</p> <p>W10 نبود افراد تحصیل کرده در زمینه گردشگری در ادارات</p>	<p style="text-align: center;"><b>۳</b></p> <p style="text-align: center;"><b>نقاط قوت (S)</b></p> <p>S1 غنای جاذبه‌های اکوتوریسمی</p> <p>S2 برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی - مذهبی (کوسه هجیج و...)</p> <p>S3 انتخاب به عنوان روستای هدف گردشگری</p> <p>S4 وجود معماری منحصر به فرد پلکانی در منطقه</p> <p>S5 معرفی به عنوان روستای پاک و عاری از مواد مخدر</p> <p>S6 برخورداری از صنایع دستی محلی</p> <p>S7 برخورداری از موقعیت استراتژی و مرزی</p> <p>S8 برخورداری از کوهستان‌های جذاب جهت ایجاد پیست اسکی</p> <p>S9 برخورداری از منابع آب و جنگلی جهت توسعه طرح‌های گردشگری</p> <p>S10 وجود چشمه‌های آب معدنی و آب و هوای مطبوع در فصل گرم</p>	<p style="text-align: center;"><b>ماتریس SOWT</b></p> <p style="text-align: center;"><b>درونی</b></p> <p style="text-align: center;"><b>بیرونی</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>۱</b></p> <p style="text-align: center;"><b>استراتژی‌های WO [حداقل - حداکثر]</b></p> <p>WO1 توسعه و بهبود تورهای سیاحتی و ریستی برای جذب گردشگران به روستا</p> <p>WO2 تبلیغات و شناساندن جاذبه‌های گردشگری روستا</p> <p>WO3 توسعه زیرساخت‌ها و ترمیم و بهسازی راه‌های دسترسی به جاذبه‌ها گردشگری</p> <p>WO4 بهبود مدیریت و تشکیلات سازمان‌های متولی گردشگری در جهت رسیدن به طرح‌های فرادست</p> <p>WO5 تلاش جهت کسب اعتبارات عمرانی برای جلوگیری از بافت و معماری روستا</p>	<p style="text-align: center;"><b>۲</b></p> <p style="text-align: center;"><b>استراتژی‌های SO [حداکثر - حداکثر]</b></p> <p>SO1 بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی و قابلیت‌ها و ظرفیت‌های اکوتوریسمی و ارتقای کیفیت بصری</p> <p>SO2 بهره‌گیری از جاذبه زیارتی روستای هجیج به نام امامزاده عبیداله یا کوسه هجیج</p> <p>SO3 توجه به طرح‌های طراحی شده در طرح جامع گردشگری استان</p> <p>SO4 توسعه و احداث هتل، مسافرخانه، رستوران، غذاخوری و...</p> <p>SO5 بازاریابی و تبلیغات و تهیه برنامه‌های رسانه‌ای در زمینه معرفی جاذبه در منطقه</p> <p>SO6 برپایی جشنواره‌های بومی و محلی با توجه به فرهنگ غنی</p> <p>SO7 بهره‌گیری از وضعیت توپوگرافی منطقه جهت ایجاد</p>	<p style="text-align: center;"><b>۱</b></p> <p style="text-align: center;"><b>فرصت‌ها (O)</b></p> <p>O1 امکان ارتقای کیفیت بصری روستا به عنوان قطب گردشگری در منطقه اورامانات</p> <p>O2 امکان ایجاد تفریحات سالم کوهستانی و ورزش‌های کوهستانی</p> <p>O3 امکان توسعه محصولات باغی منحصر به فرد جهت صادرات</p> <p>O4 امکان برپایی و توسعه بازارهای محلی و ارائه صنایع دستی و سوغاتی‌های محلی</p> <p>O5 مستعد بودن منطقه جهت</p>

<p>WO6 آگاه نمودن بومیان از عواید ورود گردشگر به روستای هجیج WO7 تلاش جهت برقراری امنیت دائم و پایدار در منطقه و روستا</p>	<p>تورهای ورزشی So8 توسعه صنایع دستی محلی و ایجاد انجمن‌های فرهنگی، جهت ایجاد انگیزه و حفظ صنایع So9 فراهم آوردن امکان بازدید گردشگران از کارگاه‌های قالی بافی، گیوه بافی و دیگر صنایع So10 توسعه مجتمع‌های گردشگری جهت جلوگیری از تخریب معماری خاص روستا So11 توجه ویژه به پتانسیل‌های گردشگری در روستا جهت ایجاد کار و جلوگیری از مهاجرت So12 تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری در روستا So13 توجه ویژه به معماری پلکانی روستا و تلاش جهت حفظ آن</p>	<p>سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در بخش خصوصی O6 نزدیکی نسبی به قطب گردشگری اورامانات O7 وجود ثبات نسبی جمعیت روستایی در روستا O8 کاهش نرخ بیکاری در روستا از طریق گسترش گردشگری روستایی</p>
<p>استراتژی‌های WT [حداقل - حداقل] WT1 بازنگری در طرح احداث سد داریان جهت جلوگیری از تخریب روستا WT2 تهیه طرح‌های امکان سنجی جهت توجیه سرمایه گذاران WT3 استفاده از ساختار ویژه روستا و منطقه جهت ایجاد شهرک‌های توریستی و کمپ‌های گردشگری در روستا WT4 بالا بردن استاندارد خدمات و تسهیلات WT5 فرهنگ‌سازی و توسعه فرهنگ مشارکت و آگاهی بخشی به روستاییان جهت توسعه گردشگری WT6 انسجام بخشی به طرح‌های گردشگری توسط مدیریت‌های مسئول و تسریع در انجام</p>	<p>استراتژی‌های ST [حداکثر - حداقل] St1 جلوگیری از تخریب روستا به جهت وجود بافت ارزشمند توسط سد داریان ST2 تهیه دفترچه‌های راهنما و معرفی فرصت‌های سرمایه گذاری ST3 وضع قوانین جهت جلوگیری از تخریب بافت پلکانی روستای هجیج ST4 گسترش امکانات زیر ساختی و تسهیلات گردشگری در منطقه ST5 به کارگیری استانداردهای زیست محیطی در طرح‌های توسعه مناطق جنگلی و گردشگری هجیج ST6 مشارکت دادن مردم بومی در طرح و برنامه‌های زیست محیطی جهت حفظ نواحی اکوتوریسمی منطقه ST7 انجام مطالعات دقیق و جامع در زمینه احداث سد داریان</p>	<p>تهدیدها (T) T1 ضعف برنامه‌های اتخاذ شده جهت سد سازی T2 تخریب بافت پلکانی روستا و تخریب برخی از منازل T3 آلودگی منابع زیست محیطی (آب، هوا، زمین و...) عدم آموزش به افراد بومی T4 نابودی آبریزان رودخانه سیروان و طرح‌های آبرزی پروری از طریق احداث سد داریان T5 فقدان انگیزه لازم در بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری</p>

### نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش، روستای هجیج از جاذبه‌های متنوع برای گسترش گردشگری روستایی برخوردار است؛ با وجود اینکه این روستا در پهنه‌ای دور افتاده در کشور واقع شده اما جاذبه‌های گردشگری به همراه فرهنگ غنی و سنتی و قدمت تاریخی آن نشان دهنده توانایی بالای

روستا برای تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری واقعی است. بنابراین، تدوین برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی در این منطقه احساس می‌شود که پژوهش حاضر در پی ارائه این برنامه می‌باشد. با توجه به یافته‌ها، گردشگری روستایی نیازمند تدوین برنامه هدفمند می‌باشد. به طوری که افتخاری (۱۳۸۵) توسعه گردشگری روستایی نیازمند ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی می‌داند. شهیدی و همکاران (۱۳۸۸) در روند ارزیابی توسعه توریسم روستایی برنامه‌ریزی، طرح‌ریزی و اجرای برنامه را لازم می‌داند. تقدیسی زنجانی و دانشور عنبران (۱۳۸۶) اعتقاد دارند که باید برنامه‌ریزی توسعه توریسم روستایی به عنوان یک هدف و به عنوان زیرمجموعه‌ای از یک نظام در برنامه‌ریزی کلان در کشور در نظر گرفته شود. شمس‌الدینی (۱۳۸۸) طرح توسعه گردشگری روستایی را زمینه‌ساز توسعه همه جانبه در نواحی روستایی می‌داند. با توجه به این دیدگاه‌ها، در ادامه پژوهش با استفاده از مدل استراتژیک SWOT به ارزیابی عوامل داخلی و همچنین، عوامل خارجی در منطقه نمونه گردشگری روستای هجیج پرداخته شد. براین اساس، (S4) با امتیاز وزنی ۰/۳۷۵ که به عنوان اولین نقطه قوت، (S1) با امتیاز وزنی ۰/۳۲۵، به عنوان دومین قوت و (S3) با امتیاز وزنی ۰/۲۰۸ به عنوان قوت‌های برتر در روستا ارزیابی شده است (نمودار ۱).

به همین ترتیب، براساس نتایج پژوهش بقیه عوامل (ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) نیز ارزیابی گردید که نتایج در شکل ۲، ۳ و ۴ آمده است. جهت ارائه راهبردهای چهارگانه در روستای هجیج امتیاز وزنی عوامل داخلی و خارجی در ماتریس اولویت‌بندی برنامه‌ریزی قرار گرفت که براساس این ماتریس راهبردهایی ارائه می‌گردد (شکل ۴). سپس، برای پاسخ به سؤالات پژوهش مجموعه امتیاز وزنی عوامل چهارگانه، به ترتیب،  $S=2/046$ ،  $S=2/079$ ،  $W=2/966$ ،  $O=2/966$  و  $T=1/648$  ارزیابی گردید. بر این اساس، فرصت‌ها دارای بیشترین امتیاز و سپس، به ترتیب، ضعف‌ها، قوت‌ها و تهدیدات قرار گرفته‌اند (نمودار ۵). در راستای سؤال اول پژوهش، محیط درونی ۴/۱۲۵ و محیط بیرونی ۴/۶۱۴ در توسعه گردشگری منطقه مؤثر می‌باشند که تأثیر عوامل داخلی و خارجی تقریباً در یک سطح ارزیابی شده است و نیازمند برنامه‌ریزی جهت بهره‌گیری از قوت‌ها و فرصت‌ها و

تضعیف تهدیدات و ضعف‌ها است. برای پاسخگویی به سؤال دوم پژوهش، استراتژی‌ها رتبه‌بندی گردید که  $SO=5/012$ ،  $WO=5/045$ ،  $ST=3/727$  و  $WT=3/717$  می‌باشد. لذا در منطقه نمونه گردشگری روستای هجیج، راهبردهای حداقل- حداکثر و سپس، حداکثر- حداکثر قرار گرفته است و بقیه راهبردها در اولویت‌های بعدی قرار گرفته‌اند (نمودار ۶). بنابراین، در مرحله اول، باید راهبردهای  $WO$ ، همچون: ۱. توسعه و بهبود تورهای سیاحتی و توریستی برای جذب گردشگران به روستا؛ ۲. تبلیغات و شناساندن جاذبه‌های گردشگری روستا هجیج و ۳. توسعه زیرساخت‌ها و ترمیم و بهسازی راه‌های دسترسی به جاذبه‌ها گردشگری (همچون آب، برق، راه، هتل، متل، کمپینگ و ..... به مرحله اجرا گذاشته شود و سپس، راهبردهای حداکثر- حداکثرسازی  $SO$  به مرحله اجرا گذاشته شود (نمودار ۲).



## منابع و مأخذ

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی و ایزدفر، الهام (۱۳۸۸)، *تحلیلی بر مکان‌یابی فرودگاه بین‌المللی شهید بهشتی اصفهان با استفاده از الگوی راهبردی SWOT*، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، دوره ۷، شماره ۱۳، صفحات ۲۳۷-۲۶۰.
۲. افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی و مهدویان، فاطمه (۱۳۹۰)، *اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستای شهرستان نیر، جغرافیا و توسعه*، شماره ۲۴، صفحات ۲۳-۳۸.
۳. افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود (۱۳۸۵)، *راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT دهستان لواسان کوچک*، مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحات ۱-۳۰.
۴. اکبری، سعید و بمانیان، محمدرضا (۱۳۸۷)، *اکوتوریسم روستایی و نقش آن در توسعه پایدار روستای کندوان*، فصل‌نامه روستا و توسعه، سال یازدهم، شماره ۱، صفحات ۱۳۱-۱۵۰.
۵. بهرامی، رحمت‌اله (۱۳۸۹)، *بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی در استان کردستان*، چهارمین کنگره جغرافیا دانان جهان اسلام.
۶. بیگی فیروزی، الهیار (۱۳۹۰)، *تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - مدیریت تحول، به راهنمایی دکتر مهدی کاظمی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۷. تقدیسی زنجانی، سیمین و دانشور عنبران، فاطمه (۱۳۸۶)، *توریسم مجازی، تصویری مجازی یا الگویی حقیقی در برنامه‌ریزی روستایی*، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره هشتم، صفحات ۱۷۹-۱۹۲.
۸. جمعه‌پور، محمود و احمدی، شکوفه (۱۳۹۰)، *تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای برغان، شهرستان ساوجبلاغ)*، پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره یکم، صفحات ۳۳-۶۳.
۹. حاجی نژاد، علی، مهدی، پورطاهری و علی، احمدی (۱۳۸۸)، *تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه*

- کالبدی فضایی مناطق شهری مطالعه موردی: شهر بانه، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۰، صفحات ۱۰۹-۹۱.
۱۰. خاتون آبادی، سیداحمد و راست قلم، مهدی (۱۳۹۰)، *سنجش ارکان چهارگانه گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک SWOT مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری*، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، جلد ۲۵، شماره ۳، صفحات ۳۳۰-۳۳۸.
۱۱. حکمت نیا، حسن و میرنجف، موسوی (۱۳۸۵)، *کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای*، یزد، انتشارات علم نوین، چاپ اول.
۱۲. خاموشی، س و پاپزن، عبدالحمید (۱۳۸۶)، *توریزم روستایی، جاذبه‌ها و موانع گسترش مطالعه در روستاهای دستجرد علیا، سفلی و عین القاص شهرستان صحنه*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی.
۱۳. رحیمی، داریوش و رنجبردستانی، محمود (۱۳۹۱)، *ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم (روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری)*، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه-ای، سال چهارم، شماره چهاردهم، صفحات ۱۳۱-۱۵۰.
۱۴. رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، *توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار*، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۵. رضوانی، محمدرضا، اکبری‌ان رونیزی، سعیدرضا، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و بدری، سیدعلی (۱۳۹۰)، *تحلیل مقایسه‌ای آثار اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم با گردشگری روزانه بر نواحی روستایی، با رویکرد توسعه پایدار (مطالعه موردی: شهرستان شمیرانات، استان مرکزی)*، پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره چهارم، صفحات ۳۵-۶۲.
۱۶. سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه (۱۳۹۰)، *فرصت‌های سرمایه-گذاری استان کرمانشاه*، معاونت سرمایه‌گذاری و توسعه گردشگری.
۱۷. شمس‌الدینی، علی (۱۳۸۹)، *گردشگری روستایی راهکاری سازنده برای توسعه روستایی نمونه موردی: روستای فهلیان*، فصل‌نامه مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۱، صفحات ۹۵-۱۰۷.
۱۸. شهیدی، محمدشریف، اردستانی، زهرالسادات و گودرزی سروش، محمدمهدی (۱۳۸۸)، *بررسی*

- تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال چهل و یکم، شماره ۶۷، صفحات ۹۹ - ۱۱۳.
۱۹. شریف زاده، ابوالقاسم و مرادی نژاد، همایون (۱۳۸۱)، توسعه پایدار گردشگری روستایی، ماهنامه اجتماعی-اقتصادی جهاد سازندگی، شماره‌های ۲۵۰ و ۲۵۱ (خرداد و تیر).
۲۰. غنیان، منصور، خانی، فضیله و بقایی، لیلا (۱۳۹۰)، ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)، پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره سوم، صفحات ۹۹ - ۱۲۳.
۲۱. فرجی سبکبار، حسنعلی، مطعی لنگرودی، سید حسن، یداللهی فارسی، جهانگیر و کریم‌زاده، حسین (۱۳۹۱)، رتبه‌بندی زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی با استفاده از تاپسیس خاکستری (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان ورزقان)، پژوهش‌های روستایی، سال سوم، شماره یکم، صفحات ۱-۲۶.
۲۲. کرمی‌دهکردی، مهدی و کلاتری، خلیل (۱۳۹۰)، شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی، پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره سوم، صفحات ۱-۳۰.
۲۳. مافی، عزت‌الله و سقایی، مهدی (۱۳۸۷)، تحلیلی بر گردشگری روستایی در پیرامون کلان-شهرها (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۰، صفحات ۲۱-۴۰.
۲۴. محمدی ده‌چشمه و زنگی آبادی، علی (۱۳۸۷)، امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT، مجله محیط‌شناسی، سال سی و چهارم، شماره ۴۷، صفحات ۱ - ۱۰.
۲۵. مهدوی، داوود (۱۳۸۳)، نقش توریسم در توسعه نواحی روستایی پیرامون شهرها و ارائه مدل استراتژیک (نمونه موردی: دهستان لواسان کوچک)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس.

26. Cater. E. (2000), *Ecotourism in the world; Problems and prospect for sustainability*, New York, NY: John Wiley and Sons.

27. Doswill, R. (2005), *Tourism Management (Fundamentals, Strategies and Impacts)*, Translated by Arabi, S.M., and Izadi, D., Cultural Research Bureau, Third Edition.

28. Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C. & Scott N. (2009), *Destination and enterprise management for a tourism future*, Tourism Management, Vol.30, No.2, pp.63-74.
29. Flisher, A. and Felsenstein D. (2000), *Support for Rural Tourism: Does it make a Difference?*, Annals of Tourism research, Vol.21, No.4, pp.180-194.
30. Gemma canoves, Montserrat villarino, Gerda k. Priestley & Asuncion, Blanco (2004), *Rural Tourism in Spain: an analysis of recent evaluation*, Journal Geoforum, Vol. 35, No. 6. pp.755 - 769.
31. Macdonald.R, Jolliffe (2003), *Cultural Rural Tourism Evidence from Canada*, Annals of Tourism Research, Vol.30, No.2, pp. 307-322.
32. Mellgern, D. (2007), *Travel Experts See Worrisome to Ecotourism*, Associated Press, <http://www.enr.com/today.html?id=12778>.
33. Sharpley, R. (2002), *Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus*, Tourism Management, No. 23, pp.233- 344.
34. Shaw, G. & Williams M. A (2004), *Tourism and Tourism Space*, London, SAGE Publications
35. Smid. S & Zwart. P (2002), *Tourism On Cyprus Study on The Situation Of Enterprises, The Industry and The Service Sectors in Turkey*, Cyprus and Malta, No.23, December, In Ternetsit.
36. Swarbrooke .john (1998), *Sustainable Tourism Management*, Newyork, Cobi.
37. Yague perales, R.M (2002), *Rural Tourism in Spain*, Annals of Tourism Research, Vol.29, No.4, pp.1101-1110.