

تبیین سناریو، راهبردها و راهکارهای اجرایی توسعه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: منطقه‌ی گردشگری ریجاب)

زهرا کرانی*

استادیار گروه کشاورزی دانشگاه پیام نور

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین سناریو، راهبردها و راهکارهای اجرایی توسعه گردشگری روستایی به روش آمیخته انجام گرفت، اطلاعات از صاحب‌نظران گردشگری که به روش گلوله برفی انتخاب شدند گردآوری شد. به منظور تحلیل داده‌ها از تکنیک سوات^۱ استفاده شد. در ابتدا مصاحبه با ۳۷ نفر از کارشناسان گردشگری به منظور شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه‌ی گردشگری روستایی انجام گرفت. در گام دوم نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به صورت پرسشنامه در اختیار کارشناسان قرار داده شد تا میزان اهمیت و وضع موجود هر گویه را مشخص نمایند. از نظر پاسخگویان مهمترین نقطه قوت منطقه جهت توسعه‌ی گردشگری وجود چشم انداز زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز، باغات، چشمه، آبشار. مهمترین نقطه ضعف منطقه ریجاب، نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، اقامتی و رفاهی. مهمترین فرصت در ریجاب وجود استخرهای پرورش ماهی و تهدید مهم ریجاب دوری و فاصله زیاد مراکز و کانون های گردشگر فرست کشور به این منطقه بود. بعد از تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌ها در ماتریس عوامل داخلی نقاط ضعف و در ماتریس عوامل خارجی تهدیدها غلبه داشتند و الگوی تدافعی برای توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب، از اولویت بالاتری برخوردار بود. نتایج پژوهش می‌تواند در ارائه راهکارهای توسعه گردشگری مؤثر باشد. لذا لازم است برنامه‌ریزان به منظور توسعه گردشگری روستایی به خصوص در منطقه ریجاب بر اساس اولویت راهکارهای اجرایی مورد اشاره در پژوهش حاضر جهت مرتفع ساختن آن‌ها به منظور توسعه گردشگری اقدام نمایند.

واژه های کلیدی: گردشگری، گردشگری روستایی، منطقه ریجاب، راهبردهای توسعه گردشگری.

*. نویسنده و مسئول مکاتبات: Z.Korani11@gmail.com

مقدمه

است (Su, 2011). مطالعات حاکی از علاقه وافر و فزاینده جوامع شهرنشین به ویژه افراد تحصیلکرده از طبقات متوسط رو به بالای جامعه و در تمام گروه‌های سنی به سفر و گذراندن فراغت در روستا است و روستاها مقصد گردشگری داخلی در بسیاری از کشورها را به خود اختصاص داده اند (Eusébio et al, 2017) و با توجه به این که فقر در جوامع روستایی از چالش‌های مهم است که ذهن بسیاری از صاحب‌نظران مسائل توسعه‌ی روستایی را به خود معطوف کرده است توسعه صنعت گردشگری یکی از راهکارهای کاهش فقر روستایی می باشد (عبداله زاده و همکاران، ۱۳۹۴؛ Jaafar et al, 2015) و در دهه‌های اخیر از رشد فزاینده ایی برخوردار بوده است و هر روز به علاقمندان آن افزوده می‌شود (Kim and Jamal, 2015). با نگاهی به روند گردشگری پایدار و آمار مربوط به آن در ایران به این واقعیت پی می‌بریم که هرچند ایران از لحاظ ابنیه و آثار تاریخی در میان ۹۰ کشور برتر دنیا قرار دارد و از لحاظ جاذبه‌های اکوتوریستی نیز جزء ده کشور برتر دنیا می‌باشد اما از لحاظ درآمد کسب شده در این زمینه در مرتبه ۹۲ قرار دارد و از لحاظ گردشگری روستایی حتی در رتبه‌های پایین‌تری نیز می‌باشد (ایمانی و ابراهیمی، ۱۳۹۷). با وجود اهمیت بی‌بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در کشورمان صورت نپذیرفته است و عمده تلاش‌ها مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر معطوف به رهیافت‌های تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده اند (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۰). در این بین یکی از رویکردهای اصلی دولت در راستای رفع محرومیت و ایجاد محرک‌های توسعه و تحقق اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور در ارتباط با مقوله گردشگری و توسعه‌ی گردشگری در روستاها، ثبت تا کنون ۳۸۰ روستای هدف گردشگری در کشور بوده که سهم استان کرمانشاه ۱۲ روستا و منطقه‌ی ریجاب دو روستا می باشد. منطقه‌ی ریجاب دارای جاذبه‌های بکر طبیعی و آثار تاریخی فراوانی می باشد، این منطقه با وسعت ۱۲۰ کیلومتر در غرب استان کرمانشاه واقع شده است که از نظر تقسیمات سیاسی جزء شهرستان دالاهو می‌باشد، این منطقه از سمت شمال به شهرستان ثلاث باباجانی، از شرق

گردشگری در عصر حاضر یکی از بزرگترین فعالیت‌های خدماتی دنیا و در بسیاری از کشورها هویت فرهنگی یک کشور می باشد (عنابستانی و محمودی، ۱۳۹۵). این صنعت در هزاره سوم به یکی از پررونق‌ترین و اشتغال‌زاترین صنعت جهان تبدیل شده است (ابراهیمی و کرمی دهکردی، ۱۳۹۳) و به عقیده محققان در چند دهه اخیر گردشگری به عنوان سومین فعالیت اقتصادی سود آور در جهان بعد از نفت و خودروسازی مطرح است (icom, 2007 and Wffim؛ غنیان و همکاران، ۱۳۹۵) که قابلیت فراوانی در پویایی بخشیدن به توسعه اقتصادی-اجتماعی از طریق کاهش بیکاری، ایجاد درآمد و ارتقای سطح رفاه جوامع محلی را دارد (Lee and chang, 2008). این صنعت به علت ویژگی‌های منحصر به فرد از سوی صاحب‌نظران به صادرات پنهان و صنعت بدون دود شهرت دارد (غنیان و همکاران، ۱۳۹۵). در کشورهای جهان از گردشگری به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اجتماعی یاد شده است و سازمان جهانی گردشگری در بیانیه‌ی مانیل گردشگری را نیاز اساسی در هزاره سوم معرفی کرده است (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۳). در این زمینه ۸۰ درصد از ۵۶ کشوری که راهبردهایی برای کاهش فقر اتخاذ نموده اند گردشگری را به عنوان یک گزینه برای رشد اقتصادی، اشتغال و کاهش فقر ذکر کرده اند (Buzinde et al, 2013). با توجه به اهمیت فراوان گردشگری امروزه کشورها در جذب هرچه بیشتر گردشگر با یکدیگر رقابت دارند. این مهم زمانی محقق می‌گردد که کشورها بتوانند ابتدا گردشگری داخلی خود را توسعه دهند. یکی از انواع گردشگری داخلی که روز به روز طرفداران بیشتری پیدا می‌کند گردشگری روستایی است که به عنوان یک فعالیت تفریحی رایج در نیمه دوم قرن ۱۸ در انگلستان شکل گرفت (Bensemann, 2009). این نوع گردشگری به عنوان یکی از اشکال گردشگری فعالیتی تفریحی- اجتماعی محسوب می‌شود (Lee and chang, 2008) که در بر گیرنده‌ی گستره‌ی وسیعی از انواع و گونه‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری است و همه‌ی انواع گردشگری را در بر می‌گیرد (Beetone, 2006).

توسعه‌ی گردشگری در نواحی روستایی کشورهای در حال توسعه به عنوان یکی از سیاست‌های مؤثر جهت توسعه همه جانبه‌ی نواحی روستایی اهمیت فوق العاده یافته

نمودند. در پژوهش ایمانی و ابراهیمی (۱۳۹۷) راهبرد تهاجمی برای توسعه روستایی نسبت به راهبردهای دیگر ارجحیت داشت و راهکارهای اصلی توسعه گردشگری را افزایش همکاری مردم، وجود قوانین و مقررات برای جلوگیری از تخریب زمین‌های کشاورزی توسط گردشگران، بهبود وسایل حمل و نقل، ایجاد و گسترش آژانس های مسافرتی، بهبود امکانات، خدمات، تسهیلات و تجهیزات و افزایش انگیزه‌ی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری را مهم دانستند. شوکتی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که سه عامل زیرساختی-رفاهی، اجتماعی-فرهنگی و سازمانی-ساختاری از موانع اصلی توسعه گردشگری روستایی هستند. نصری و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود محرومیت را عامل مهمی در عدم توسعه گردشگری روستایی بیان نمودند.

در پژوهشی دیگر از کیا و کامور (۱۳۹۲) به این نتیجه رسیدند که جاذبه‌های طبیعی و شرایط خاص آب و هوایی مهمترین نقاط قوت. صعب العبور بودن جاده های اتصالی در فصل سرد، کمبود امکانات جهت اقامت گردشگران، مهاجرت روستاییان در فصل سرد به علت کمبود امکانات رفاهی و عدم سرمایه‌گذاری دولت مهمترین نقاط ضعف، افزایش تمایل مردم به گذراندن اوقات فراغت در مناطق بیابانی، موقعیت جغرافیایی مناسب و معرفی روستا به عنوان روستای هدف گردشگری مهمترین فرصت و کم توجهی دولت در اجرای طرح‌ها و تخصیص اعتبار جهت توسعه گردشگری، رعایت نشدن اصول اکوتوریسم توسط گردشگر و آلودگی محیط و بی‌توجهی به خواست مردم بومی در برنامه‌ریزی‌ها را مهمترین تهدیدهای گردشگری بیان نمودند. کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۵) مشکلات گردشگری روستایی را مشکلات زیرساختی، بهداشت، سلامت، کم رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح از گردشگری، عدم انگیزه مسئولان محلی، عدم برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت، مشکلات مربوط به صنایع دستی، منابع انسانی و مقوله دولت بیان نمودند.

در پژوهش مشابه دیگری توسط عنابستانی و مظفری (۱۳۹۷) به منظور توسعه گردشگری کشاورزی برنامه‌ریزی، دریافت حمایت های مالی و آموزشی لازم، زیرساخت‌ها، تسهیلات عمومی مناسب و مشارکت فعال مقامات و معتمدین محلی را لازم دانستند. مطالعه‌ی

به شهر کردنغرب، از جنوب و غرب به شهرستان سرپل ذهاب محدود می‌شود. ریجاب در عرض‌های جغرافیایی ۳۴ درجه و ۳۰ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۴۰ دقیقه شمالی و طول جغرافیایی ۴۵ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۳۰ دقیقه شرقی قرار گرفته است. ریجاب یکی از ۵۰ منطقه نمونه گردشگری استان کرمانشاه است. این منطقه دارای جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بسیاری می‌باشد و به علت وفور چشمه ها، آبشارها و رودخانه الوند در زبان کردی با نام ریژآو یعنی محل ریزش آب معروف است. این منطقه همچنین دارای پوشش جنگلی و گیاهی فراوان با درختچه‌های بلوط، پسته کوهی، زالزالک، آلبالوی وحشی، بید، انجیر، گردو، انگور، هلو زیتون و گیاهان دارویی فراوان از جمله اسپند، کنگر، پیچک، قارچ و... می‌باشد. جاذبه‌های تاریخی منطقه ریجاب بالغ بر ۲۵ اثر باستانی و چهار اثر اسلامی از جمله بانمزاران، قلعه گه، قبر سلطان صدخرانه دار، قلعه و برج خاموشی، زندان دوناب، بهشت و دوزخ، پل دروازه‌برج ریجاب مقبره ابودجان، مقبره بابایادگار و بسیاری آثار تاریخی دیگر است. بنای ریجاب مربوط به دوره ایلخانی است که در تاریخ ۲۶ اسفند ۱۳۸۶ با شماره ثبت ۲۱۷۹۷ به عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. اما متأسفانه علی‌رغم سیاست‌های دولت در رونق و توسعه گردشگری روستایی و بالتبع آن رشد اشتغال، این منطقه در سال‌های اخیر شاهد کاهش جذب گردشگر و به عبارتی رکود صنعت گردشگری بوده است. لذا در این پژوهش به تبیین راهبردها و راهکارهای اجرایی توسعه گردشگری روستایی در منطقه ریجاب پرداخته شده است. در ارتباط با گردشگری روستایی مطالعات فراوانی انجام شده است از جمله نتیجه مطالعه کرمی و شریفی (۱۳۹۱) نشان داد که مهمترین نقاط قوت جاذبه‌های گردشگری مراغه وجود جاذبه‌های طبیعی، مهمترین نقاط ضعف، عدم وجود امکانات اقامتی، رفاهی، بهداشتی و ورزشی در منطقه، فرصت‌های مهم منطقه‌ی مراغه شامل حمایت مسئولان دولتی از توسعه گردشگری روستایی با رویکرد اشتغالزایی و مهمترین تهدید جاذبه‌های گردشگری روستایی در بخش مرکزی شهرستان مراغه افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری با ورود گردشگران بود. دادورخانی و نیک سیرت (۱۳۸۹) نیز در پژوهش خود هم راستا کردن برنامه‌های گردشگری روستا با برنامه‌های طبیعت گردی را به عنوان راهبرد نهایی گردشگری بیان

از سوی ساکنین بیشتر مورد حمایت قرار می‌گیرد. نتیجه-ی مطالعه‌ی دیگری توسط Del Bosque and San Martín (2008) نشان داد که تصویر ذهنی گردشگر از مقصد در فرآیند انتخاب مقصد و احتمال بازدید مجدد از مقصد نقش مهمی ایفا می‌کند و تعاملات میزبان و مهمان برای توسعه گردشگری حیاتی است. در بررسی مطالعات گذشته پژوهشی که به ارائه‌ی راهبردهای مختلف توسعه گردشگری روستایی بپردازد کمتر به چشم می‌خورد و از طرفی با توجه به کاهش گردشگری روستایی در چند سال اخیر در منطقه ریجاب، در این پژوهش به بررسی این موضوع پرداخته می‌شود که جهت افزایش مجدد رونق گردشگری در این منطقه چه راهبردها و راهکارهای اجرایی لازم است انجام پذیرد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ پارادایم به صورت آمیخته (کمی-کیفی) بود. در مرحله‌ی اول از طریق مصاحبه عمیق با تعداد ۳۷ تن از صاحب‌نظران و کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری استان، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه‌ی گردشگری مشخص گردید. با توجه به ناشناس بودن افراد صاحب‌نظر در زمینه گردشگری، انتخاب پاسخگویان به روش گلوله-برفی (ارجاع زنجیره‌ای) صورت گرفت. گلوله برفی یک روش نمونه‌گیری است که واحدهای نمونه نه تنها اطلاعاتی در مورد خودشان بلکه در مورد واحدهای دیگر جامعه نیز ارائه می‌کنند (Stroos, 2008). در این روش، در یک مصاحبه ابتدایی بیش‌تر با یک خبررسان کلیدی کار را آغاز کرده و آن‌گاه از وی خواسته شد افرادی را که ممکن است برای مصاحبه در این زمینه صاحب‌نظر باشند، معرفی کند. در این مرحله روش تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت تحلیل محتوای عرفی انجام شد (تیم پژوهش به بررسی پاسخ‌ها پرداختند و موارد تکراری و نامرتب حذف گردید). بعد از تجزیه و تحلیل محتوای عرفی مصاحبه‌ها عوامل داخلی و خارجی در قالب چهار دسته نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به صورت پرسشنامه تنظیم گردید (روایی صوری پرسشنامه به تأیید اعضای هیأت‌علمی و صاحب‌نظران رسید. برای تأیید پایایی پرسشنامه نیز آلفای کرونباخ برای نقاط قوت ۰/۹۰، نقاط ضعف ۰/۹۱، فرصت‌ها ۰/۸۹ و تهدیدها ۰/۹۲ به‌دست آمد) و مجدد در

عینالی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که عامل علاقه‌ی فردی و مشارکت بیشترین تأثیر را در زمینه‌ی گسترش گردشگری و توسعه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی روستا داشته و کمترین تأثیر مربوط به عامل تعصب می‌باشد. نتیجه‌ی پژوهش عنابستانی و وصال در سال (۱۳۹۵) نشان داد که معرفی محصولات خاص نواحی روستایی در منطقه، توجه ویژه به بعد کارآفرینی در نواحی روستایی، فراهم نمودن تجهیزات گردشگری در سطح روستاها، بازبینی عناصر فرهنگی و توجه به آداب و رسوم گذشته در توسعه برند گردشگری روستایی مؤثر است. مطالعه‌ی علیقلی‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) نیز نشان داد که نگرش ساکنین از اثرات و پیامدهای اجتماعی و اقتصادی تأثیر مثبت و معنادار و نگرش ساکنین از اثرات و پیامدهای زیست محیطی تأثیر منفی و معنادار بر سطح حمایت نسبت به توسعه گردشگری در روستاهای مناطق جنگلی داشته است. حجازی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که توانمندسازی گروه‌های روستایی، افزایش آگاهی اجتماعی، گسترش مشارکت همراه با تدارک مدیریت راهبردی می‌تواند در توسعه گردشگری روستایی مؤثر باشد. Rathore (2012) پیامدها، فرصت‌ها و مشکلات گردشگری روستایی در کشورهای آسیایی به ویژه هند را مورد بررسی قرار داد، نتایج نشان داد که نبود آموزش‌های مرتبط برای افراد محلی، مشکلات مربوط به زبان افراد محلی، نارسایی قوانین و مقررات، ضعف زیرساخت‌ها، کمبود منابع مالی و کمبود افراد راهنما مهمترین مشکلات می‌باشد. Akca (2010) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که ترکیه در زمینه گردشگری روستایی از قابلیت خوبی برخوردار است لیکن انگیزه‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و مشوق‌ها برای این موضوع کافی نبوده است (Rajaratnam et al (2014) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که برای پایداری در گردشگری روستایی و مشارکت در اقتصاد ملی رضایت-مندی ساکنان محلی و گردشگران امری حیاتی است و ارزیابی از میزان رضایت گردشگران و سطح رضایت گردشگر لازم می‌باشد. نتیجه‌ی مطالعه Popescu (2009) نیز نشان داد که ایجاد برند گردشگری می‌تواند به توسعه گردشگری کمک نماید. Teye et al (2002) به این نتیجه دست یافتند که توسعه‌ی گردشگری در منطقه‌ای که ساکنین آن عمدتاً جوان، ثروتمند و تحصیل کرده هستند

ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی دارای دو بعد اصلی و نه خانه است. برای تشکیل این ماتریس مجموع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی بر روی محور X ها و مجموع نمره نهایی ماتریس عوامل خارجی بر روی محور Y ها قرار گرفت تا در نقطه تلاقی این دو امتیاز، مشخص گردد. بر اساس سناریو مشخص شده راهبردهای اصلی توسعه‌ی گردشگری مشخص و شناسایی گردید که در مرحله‌ی بعدی بر اساس راهبردهای ارایه شده راهکارهایی جهت توسعه و بهبود گردشگری روستایی در منطقه ارایه گردید. به منظور تأیید روایی و پایایی بخش کیفی تکنیک سوات علاوه بر استفاده از چهار تکنیک ۱- کنترل اعضاء (از طریق ارائه تحلیل داده‌ها و نتایج آن به پاسخگویان از واکنش آن‌ها در مرحله‌ی گزارش نوشته‌ها آگاهی حاصل شد)، ۲- خود بازمینی محقق در طی فرآیند جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، به منظور تأیید انتقال‌پذیری پژوهش سعی شد توسعه و توصیف غنی از مجموعه داده‌های مطالعه در طول مرحله‌ی گردآوری داده‌ها و ارایه نتایج صورت پذیرد به طوری که همزمان با نوشتن پاسخ‌ها ضمن انجام مصاحبه از دستگاه ضبط صدا نیز برای اطمینان بیشتر در گردآوری داده‌ها استفاده شد و در ارایه نتایج نیز تمامی جزئیات ارایه گردید. ۳ و ۴- تأییدپذیری و اطمینان‌پذیری پژوهش نیز از طریق ثبت و ضبط دقیق فرآیند مصاحبه‌ها و تمامی جزئیات آن انجام گرفت. به جامعیت تحلیل محیط بیرونی و درونی نیز توجه گردید که خود تحت تأثیر مواردی نظیر زمان صرف شده برای جمع‌آوری داده‌ها، تجربه متخصصان در رابطه با موضوع و به ویژه تجربه و مهارت محقق در انجام مصاحبه‌ها قرار می‌گیرد. به طور کلی در این مرحله سعی شد از یک سو داده‌های درستی در ارتباط با موضوع از صاحب‌نظران گردآوری گردد و از سوی دیگر محقق با یک پیش‌زمینه ذهنی و مطالعه دقیق در ارتباط با موضوع به انجام مصاحبه بپردازد. با توجه به این‌که به اعتقاد هلز و نیکسون (Helms and Nixon, 2010) بهترین شیوه افزایش روایی مطالعات سوات برگرداندن نتایج به محققانی است که در فرآیند تحقیق به عنوان نمونه مورد مطالعه شرکت کرده‌اند، لذا سعی گردید به منظور افزایش روایی و پایایی تحلیل سوات به این موضوع نیز از سوی محقق توجه گردد.

بین ۴۰ تن از صاحب‌نظران و کارشناسان در زمینه گردشگری توزیع شد (گام دوم) تا نسبت به تعیین اهمیت (وزن) و نیز وضعیت موجود هر یک از موارد اقدام نمایند. از صاحب‌نظران خواسته شد که به هر عامل بر اساس اهمیت عددی بین ۱ تا ۵ داده شود و بر اساس میانگین وزن‌ها، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای کلیدی (عوامل استراتژیک) استخراج گردید. در خصوص وضع موجود نیز از پاسخگویان خواسته شد تا برای هر یک از عناصر چهارگانه سوات، امتیازی بین ۱ تا ۴ در نظر بگیرند، به گونه‌ای که امتیاز ۴ نشان دهنده اهمیت بالای عناصر سوات در شرایط کنونی و امتیاز ۱ به معنای ضعیف بودن هر یک از عناصر سوات بود. لازم به توضیح است که بنا به توصیه‌های احمدی و همکاران (۱۳۹۱) و اعرابی و همکاران (۱۳۸۹)، رتبه‌های وضع موجود می‌بایست با توجه به کلیدی بودن یا عادی بودن فرصت‌ها و قوت‌ها و بحرانی بودن یا معمولی بودن تهدیدها و نقاط ضعف اختصاص یابد. بدین ترتیب که به فرصت‌ها یا قوت‌های کلیدی و استثنایی، امتیاز ۴ و به موارد عادی و معمولی، امتیاز ۳ داده شود. همچنین، به تهدیدها یا نقاط ضعف بحرانی، امتیاز ۱ و به موارد معمولی، امتیاز ۲ اختصاص یابد. بخش بعدی در تحلیل سوات تشکیل ماتریس داخلی^۱ و خارجی^۲ و مشخص نمودن استراتژی‌های اصلی توسعه‌ی گردشگری است. این ماتریس ابزاری است جهت بررسی عوامل استراتژیک محیط خرد داخلی که در آن نقاط قوت و ضعف موجود در منطقه‌ی ریحاب جهت توسعه گردشگری مورد ارزیابی قرار گرفت. مجموع امتیاز موزون هر یک از عناصر سوات، حداقل ۱ و حداکثر ۴ (میانگین ۲/۵) می‌باشد. چنانچه متوسط نمره نهایی عوامل داخلی کمتر از ۲/۵ باشد، نشان‌دهنده آن است که منطقه‌ی مورد مطالعه جهت توسعه گردشگری از حیث عوامل داخلی دچار ضعف است و اگر بیش از ۲/۵ باشد گویای آن است که در منطقه‌ی ریحاب جهت توسعه گردشگری زمینه‌های لازم وجود دارد. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی نیز ابزاری است که به تحلیل‌گران اجازه می‌دهد تا عوامل استراتژیک محیطی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، حقوقی، فناوری، وضعیت بازار و رقابت را در مقطع زمانی مورد نظر مورد ارزیابی قرار دهند.

1. IFE
2. EFE

یافته‌ها و بحث

تبیین الگوی راهبردی توسعه گردشگری روستایی در منطقه ریجاب

ارزیابی استراتژی‌های مختلف و انتخاب برترین الگوی راهبردی که در ادبیات برنامه‌ریزی استراتژیک، "انتخاب استراتژیک" نامیده می‌شود، در پژوهش حاضر با بهره‌گیری از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی انجام پذیرفت. در جداول (۲) و (۳)، میزان اهمیت، ضریب اهمیت، رتبه وضع موجود و امتیاز (حاصل ضرب ضریب اهمیت در رتبه وضع موجود) محیط داخلی و محیط خارجی منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه گردشگری روستایی، درج شده است. یادآوری می‌گردد، میزان اهمیت از ۵ و ضرایب اهمیت از ۱ محاسبه شده است. بر مبنای یافته‌های مندرج در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (جدول ۱)، وجود چشم انداز زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز، باغات، چشمه و آبشار با میانگین اهمیت ۵، مهم‌ترین نقطه قوت منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه‌ی گردشگری روستایی می‌باشد. گفتنی است، مواردی نظیر وجود چشم انداز زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز، باغات، چشمه و آبشار، مجاورت با جاده ترانزیتی عراق، وجود آب و هوای مناسب در فصول سرد سال و انتخاب به عنوان روستای هدف گردشگری با کسب امتیاز ۴ از وضعیت موجود کلیدی‌ترین نقاط قوت منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه‌ی گردشگری روستایی بودند. این در حالی است که تعطیل شدن استخرهای پرورش ماهی به ظرفیت ۲۵۰۰ تن و بیکاری ۳۰۰۰ نفر از کسبه منطقه به صورت مستقیم و غیرمستقیم (میانگین اهمیت ۵)، نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، اقامتی و رفاهی، ضعف تبلیغات رسانه‌ها در معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه، پایین بودن سطح سواد افراد بومی و کم شدن عمق آب (با میانگین اهمیت ۴/۲۵)، مهم‌ترین نقاط ضعف منطقه‌ی ریجاب می‌باشند که بر سر راه توسعه‌ی گردشگری روستایی وجود دارند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، متوسط امتیاز عوامل داخلی در منطقه‌ی ریجاب، ۱/۹۰۷ محاسبه شد که کمتر از ۲/۵ بوده است. این بدان معناست که در منطقه‌ی ریجاب، برای توسعه گردشگری روستایی نقاط ضعف بر نقاط قوت غالب شده‌اند.

از جمله این مهارت‌ها می‌توان به استفاده از شیوه واریسی اشاره کرد که جزء لاینفک فرآیند مصاحبه و پرسشگری است. در واقع محقق با استفاده از روش واریسی، پاسخگویان را وادار می‌سازد عناصر ماتریس سوات را همسو با هدف تحقیق بیان کنند. در این راستا در پژوهش حاضر، محقق از شیوه‌هایی نظیر سوالات مستقیم، یادآوری و مرور یادداشت‌ها و نیز روش سکوت بهره گرفت. بدین ترتیب که هرگاه محقق احساس می‌کرد پاسخگویان در بیان نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها دچار ابهام و انحراف می‌شوند، با پرسیدن سؤالاتی از قبیل "امکان دارد بیشتر توضیح دهید؟" یا "مطلب دیگری باقی مانده که برای تکمیل صحبت بتوان بیان نمود؟" آن‌ها را هدایت می‌نمود که عمیق‌تر به موضوع بپردازند و تمام جوانب امر را مورد توجه قرار دهند. گاهی نیز محقق مجبور می‌شد به منظور رفع محدودیت‌های ذکر شده در خصوص روش سوات و افزایش اعتبار این تکنیک، با مرور یادداشت‌های مصاحبه، مصادیق نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را برای پاسخگویان بازگو نماید تا آنها را نسبت به بیان موارد مشابه آگاه سازد. به گونه‌ای که مصاحبه شونده پاسخ‌های خود را باز یابد و آن‌ها را تکمیل نماید. در این میان روش سکوت نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود. هنگامی که مصاحبه شونده مشاهده می‌کرد محقق یادداشت برداری را متوقف نموده و یا عکس‌عملی نسبت به پاسخ‌های وی نشان نمی‌دهد، متوجه انحراف پاسخ‌های خود می‌گردید و سعی می‌کرد آن‌ها را در راستای هدف تحقیق، اصلاح کند. همچنین مصاحبه شونده‌ها با مشاهده رفتارهای غیر کلامی و کلامی محقق، پاسخ‌های خود را ارزیابی می‌کردند؛ بدین ترتیب که هرگاه محقق با تکان دادن سر و بیان کلماتی نظیر "بله" یا "چه جالب" سخنان مصاحبه شونده‌ها را تأیید می‌کرد، پاسخگویان متوجه می‌شدند اطلاعات را به درستی بیان می‌کنند.

جدول ۱- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه گردشگری روستایی

عوامل داخلی				
نقاط قوت	میزان اهمیت	ضریب اهمیت	وضع موجود	امتیاز کل
S ₁ : وجود چشم انداز زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز، باغات، چشمه و آبشار	۵	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۸
S ₂ : مجاورت با جاده ترانزیتی عراق	۳	۰/۰۱۹	۴	۰/۰۷۶
S ₃ : داشتن بافت تاریخی	۳/۷۵	۰/۰۲۴	۳/۲۰	۰/۰۷۶
S ₄ : وجود آب و هوای مناسب در فصول سرد سال	۴/۲۵	۰/۰۲۷	۴	۰/۱۰۸
S ₅ : مستعد بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی توریسم جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی منطقه	۴	۰/۰۲۵	۳/۲۰	۰/۰۸
S ₆ : انتخاب به عنوان روستای هدف گردشگری	۴/۲۵	۰/۰۲۷	۴	۰/۱۰۸
S ₇ : تمایل گسترده جوانان و اهالی روستا به حفظ ارزش ها و نمادهای فرهنگی اجتماعی خود	۴	۰/۰۲۵	۳/۷۵	۰/۰۹۳
S ₈ : وجود امام زاده های متعدد در منطقه	۴/۵۰	۰/۰۲۹	۳/۷۵	۰/۱۰۸
S ₉ : توان شکل گیری بازارهای محصولات دامی، باغی و زراعی	۳/۷۵	۰/۰۲۴	۳	۰/۰۷۲
S ₁₀ : وجود دره های توریستی	۴	۰/۰۲۵	۳/۵۰	۰/۰۸۷
نقاط ضعف	میزان اهمیت	ضریب اهمیت	وضع موجود	امتیاز کل
W ₁ : عدم برنامه‌ریزی دولت در جهت ساماندهی گردشگری در منطقه	۴	۰/۰۲۵	۱/۲۰	۰/۰۳
W ₂ : نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، اقامتی و رفاهی	۴/۲۵	۰/۰۲۷	۱/۴۰	۰/۰۳۷
W ₃ : تعطیل شدن استخرهای پرورش ماهی به ظرفیت ۲۵۰۰ تن و بیکاری ۳۰۰۰ نفر از کسبه منطقه به صورت مستقیم و غیرمستقیم	۵	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲
W ₄ : عدم وجود نیروی متخصص و آموزش دیده در منطقه جهت راهنمایی گردشگران	۳	۰/۰۱۹	۱/۶۰	۰/۰۳۰
W ₅ : نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی مانند فاضلاب و دفع نامناسب زباله هت	۴	۰/۰۲۵	۱/۲۰	۰/۰۳
W ₆ : عدم تمایل روستاییان به سرمایه گذاری در زمینه توریسم به علت هزینه بر بودن صنعت	۴	۰/۰۲۵	۱/۴۰	۰/۰۳۵
W ₇ : تفاوت فرهنگی گردشگران و مردم منطقه	۳/۵۰	۰/۰۲۲	۱/۲۰	۰/۰۲۶
W ₈ : کمبود و نامناسب بودن تجهیزات و تأسیسات تفریحی در منطقه	۳/۷۵	۰/۰۲۴	۱	۰/۰۲۴
W ₉ : زمین لرزه چند سال قبل که سبب آسیب دیدن تعدادی از بناها و زیرساخت های منطقه شد	۴	۰/۰۲۵	۱/۲۰	۰/۰۳
W ₁₀ : ضعف تبلیغات رسانه‌ها در معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه	۴/۲۵	۰/۰۲۷	۱	۰/۰۲۷
W ₁₁ : کمبود و ضعف توره‌های گردشگری در منطقه	۴	۰/۰۲۵	۱	۰/۰۲۵
W ₁₂ : عدم وجود امنیت دائم به علت مرزی بودن منطقه	۴	۰/۰۲۵	۱	۰/۰۲۵
W ₁₃ : عدم آموزش روستاییان و آشنایی آنها در زمینه برخورد با گردشگران	۳/۷۵	۰/۰۲۴	۱/۶۰	۰/۰۳۸
W ₁₄ : پایین بودن سطح سواد افراد بومی	۴/۲۵	۰/۰۲۷	۱/۷۰	۰/۰۴۵
W ₁₅ : مسن بودن جمعیت روستای منطقه به علت مهاجرت جوانان	۳	۰/۰۱۹	۱/۶۵	۰/۰۳۱
W ₁₆ : عدم پوشش شبکه تلفن همراه در منطقه	۳/۵۰	۰/۰۲۲	۱/۷۰	۰/۰۳۷
W ₁₇ : عدم شناخت علائق گردشگران و برنامه‌ریزی برای آن	۴/۲۵	۰/۰۲۷	۱/۷۰	۰/۰۴۵۹
W ₁₈ : خشک شدن تعدادی از درختان گردو و انجیر منطقه	۳/۵۰	۰/۰۲۲	۱/۲۵	۰/۰۲۷
W ₁₉ : عدم صدور مجوز جهت ساخت و ساز	۲/۶۰	۰/۰۱۶	۱/۷۰	۰/۰۲۷
W ₂₀ : کمبود نیروی انسانی شغل آفرین	۳/۷۵	۰/۰۲۴	۱/۷۰	۰/۰۴۰
W ₂₁ : عدم وجود تعمیرگاه مجهز	۲/۴۰	۰/۰۱۵	۱/۵۰	۰/۰۲۲
W ₂₂ : تضاد و دشمنی میان اهالی منطقه	۳/۲۵	۰/۰۲۱	۱/۴۰	۰/۰۲۹

۰/۰۳۲	۱/۳۰	۰/۰۲۵	۴	W ₂₃ : نداشتن تجربه در مردم محلی جهت تبدیل و فرآوری محصولات باغی
۰/۰۳۴	۱/۵۰	۰/۰۲۳	۳/۶۰	W ₂₄ : تعطیلی هتل در فصل سرما
۰/۰۴۰	۱/۵۰	۰/۰۲۷	۴/۲۵	W ₂₅ : کم شدن عمق آب
۰/۰۳	۱/۲۰	۰/۰۲۵	۴	W ₂₆ : تعطیلی مسابقات شنای شیرجه به علت کم شدن عمق آب
۰/۰۲۳	۱/۷۰	۰/۰۱۴	۲/۲۵	W ₂₇ : وضعیت نامناسب پارکینگ
۰/۰۳۰	۱/۶۰	۰/۰۱۹	۳	W ₂₈ : اختلافات مذهبی جامعه میزبان و گردشگران
۰/۰۲۴	۱	۰/۰۲۴	۳/۷۵	W ₂₉ : باریک و دوطرفه بودن جاده
۰/۰۳۶	۱/۵۰	۰/۰۲۴	۳/۸۰	W ₃₀ : عدم وجود مراکز درمانی مناسب
۰/۰۳۰	۱/۴۰	۰/۰۲۲	۳/۵۰	W ₃₁ : ذهنیت منفی ساکنین شهرهای دیگر به گرم و خشک بودن منطقه
۱/۹۰۷	۷۶	۰/۹۷۸	۱۵۴/۶۵	مجموع امتیاز عوامل داخلی

بوده‌اند که جهت توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه ریجاب می‌توان از آن‌ها بهره گرفت. این در حالی است که، دوری و فاصله زیاد مراکز و کانون‌های گردشگری کشور به این منطقه (با میانگین میزان اهمیت ۵)، عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در منطقه به دلیل مجاورت با مرز عراق، کم رنگ شدن سنت‌ها و آیین‌های گذشته به دلیل گذر جامعه از وضع سنتی به صنعتی (۴/۵۰) مهم‌ترین تهدیدهایی هستند که بر سر راه توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب قرار دارند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، متوسط امتیاز عوامل خارجی نیز در منطقه‌ی ریجاب ۲/۰۰۴ محاسبه گردید که کمتر از ۲/۵ بوده است. این بدان معناست که منطقه‌ی ریجاب از حیث عوامل خارجی، جهت توسعه‌ی گردشگری با تهدیدهای جدی مواجه است.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی مرتبط با توسعه گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب در جدول (۲) نمایش داده شده است. یافته‌های مندرج در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی توسعه‌ی گردشگری روستایی (جدول ۲)، گویای آن است که وجود استخرهای پرورش ماهی، امکان توسعه پرورش آبزیان در منطقه به علت وجود چشمه‌های آب و استخرهای پرورش ماهی (میانگین اهمیت ۵) و روند رو به افزایش علاقمندان به گردشگری در روستاها (میانگین اهمیت ۴/۲۵) مهم‌ترین فرصت‌های پیش‌روی این منطقه جهت توسعه‌ی گردشگری می‌باشند. در عین حال، وجود روحیه مهمان‌نوازی در مردم منطقه، هوای نسبتاً گرم شهرستان‌های هم‌جوار مانند سرپل‌ذهاب و قصرشیرین در فصل تابستان و روند رو به افزایش علاقمندان به گردشگری در روستاها با کسب بالاترین رتبه وضع موجود (به ترتیب ۳/۶۰، ۳/۵۰ و ۳/۵۰)، از فرصت‌های استثنایی

جدول ۲- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه گردشگری روستایی

عوامل خارجی				فرصت‌ها
امتیاز	وضع	ضریب	میزان	
کل	موجود	اهمیت	اهمیت	
۰/۰۹۷	۳/۶۰	۰/۰۲۷	۳	O ₁ : وجود روحیه مهمان‌نوازی در مردم منطقه
۰/۱۱۵	۳/۲۰	۰/۰۳۶	۴	O ₂ : نزدیکی به مرز عراق و بازارچه مرزی
۰/۱۰۸	۳	۰/۰۳۶	۴	O ₃ : تنوع زیاد محصولات باغی و بسته‌های مسافرتی در منطقه
۰/۰۴۶	۱	۰/۰۴۶	۵	O ₄ : وجود استخرهای پرورش ماهی
۰/۱۰۸	۳/۲۰	۰/۰۳۴	۳/۷۵	O ₅ : فرهنگ منطقه (جشن‌ها، جشنواره‌ها، موسیقی محلی، لباس‌های محلی و...)
۰/۰۷۳	۳/۲۰	۰/۰۲۳	۲/۵۰	O ₆ : فراهم شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی-محلی از طریق تعامل با گردشگران
۰/۱۰۲	۳/۲۰	۰/۰۳۲	۳/۵۰	O ₇ : افزایش انگیزه بیشتر در بین مردم شهری و حومه
۰/۱۱۵	۳/۵۰	۰/۰۳۳	۳/۶۷	O ₉ : هوای نسبتاً گرم شهرستان‌های هم‌جوار مانند سرپل‌ذهاب و قصرشیرین در فصل زمستان
۰/۰۹۶	۳	۰/۰۳۲	۳/۵۰	O ₁₀ : امکان توسعه محصولات باغی در منطقه جهت صادرات
۰/۱۰۸	۳	۰/۰۳۶	۴	O ₁₁ : امکان توسعه بازارهای محلی و توسعه صادرات صنایع دستی

۰/۱۲۸	۳	۰/۰۴۶	۵	O ₁₂ : امکان توسعه پرورش آبزیان در منطقه به علت وجود چشمه های آب و استخرهای پرورش ماهی
۰/۰۷۲	۲	۰/۰۳۶	۴	O ₁₃ : کاهش نرخ بیکاری از طریق افزایش فرصت های گردشگری
۰/۱۳۶	۳/۵۰	۰/۰۳۹	۴/۲۵	O ₁₄ : روند رو به افزایش علاقمندان به گردشگری در روستاها
امتیاز کل	وضع موجود	ضریب اهمیت	میزان اهمیت	تهدیدها
۰/۰۶۱	۱/۷۰	۰/۰۳۶	۴	T ₁ : بالارفتن هزینه های مالی جهت توسعه تجهیزات گردشگری و مقرون و به صرفه نبودن آنها
۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	۴/۵۰	T ₂ : عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در منطقه به دلیل مجاورت با مرز عراق
۰/۰۴۸	۱/۶۰	۰/۰۳۰	۳/۲۵	T ₃ : از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی منطقه
۰/۰۴۸	۱/۵۰	۰/۰۳۲	۳/۵۰	T ₄ : بروز تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه (مانند بزهکاری، بی حجابی، مصرف دخانیات و...)
۰/۰۴۹	۱/۲۰	۰/۰۴۱	۴/۵۰	T ₅ : کم رنگ شدن سنت ها و آیین های گذشته به دلیل گذر جامعه از وضع سنتی به صنعتی
۰/۰۴۲	۱/۴۰	۰/۰۳۰	۳/۳۰	T ₆ : عدم همگرایی نهادها و سازمان های دولتی در تصمیم گیری برای توسعه گردشگری
۰/۰۴۵	۱/۲۰	۰/۰۳۸	۴/۲۰	T ₇ : آلودگی منابع زیستی و آب و هوا به علت نزدیکی به کشور عراق و عبور و مرور ماشین های سنگین
۰/۰۳۹	۱/۱۰	۰/۰۳۶	۴	T ₈ : سروصدای ناشی از تردد زیاد ماشین های سنگین
۰/۰۴۶	۱	۰/۰۴۶	۵	T ₉ : دوری و فاصله زیاد مراکز و کانون های گردشگری کشور به این منطقه
۰/۰۵۴	۱/۷۰	۰/۰۳۲	۳/۵۰	T ₁₀ : برنامه ریزی و طرح ریزی بیرون از منطقه و بدون توجه به واقعیت های اصلی منطقه
۰/۰۴۰	۱/۴۰	۰/۰۲۹	۳/۲۰	T ₁₁ : عدم وجود کمپ های گردشگری بین راهی مناسب برای گردشگران
۰/۰۵۱	۱/۶۰	۰/۰۳۲	۳/۵۰	T ₁₂ : رعایت نشدن اصول اکوتوریسم توسط گردشگران و آلودگی محیط
۰/۰۴۷	۱/۴۰	۰/۰۳۴	۳/۷۰	T ₁₃ : تخریب آثار و جاذبه های طبیعی در اثر ورود بیش از حد گردشگران
۰/۰۳۶	۱	۰/۰۳۶	۴	T ₁₄ : ضعف در واگذاری اختیارات مسئولین محلی در اجرا و ساخت امکانات
۰/۰۴۳	۱/۲۰	۰/۰۳۶	۴	T ₁₅ : انقراض گونه های ضعیف و شکننده گیاهی به دلیل لگدمال کردن
۲/۰۰۴	۵۵/۲	۰/۹۸۱	۱۰۸/۳۲	مجموع امتیاز عوامل خارجی

درونی و بیرونی تفاوت چندانی را نشان نمی دهد. اما مقایسه ی بین مجموع ضرایب فضای مفید و مخاطره آمیز نشان دهنده ی تفاوت بارز آن ها و غلبه حداکثری فضای مخاطره آمیز (۱/۲۵۰) بر فضای مفید (۰/۷۸۳) منطقه ی ریجاب در توسعه گردشگری روستایی می باشد.

با توجه به جدول ۳ می توان گفت ضریب نهایی نقاط ضعف (۰/۷۲۱) بالاتر از نقاط قوت (۰/۲۵۷) و ضریب نهایی فرصت ها (۰/۴۵۶) کمتر از ضریب نهایی تهدیدها (۰/۵۲۹) می باشد، به عبارتی تهدیدها و نقاط ضعف بر فرصت ها و نقاط قوت غلبه دارند. مقایسه ی بین مجموع ضرایب فضای

جدول ۳- مجموع ضرایب فضای درونی، بیرونی، مفید و مخاطره آمیز جهت تعیین سناریو مناسب

ردیف	گویه	ضریب نهایی
۱	مجموع ضرایب نقاط قوت	۰/۲۵۷
۲	مجموع ضرایب نقاط ضعف	۰/۷۲۱
۳	مجموع ضرایب فرصت ها	۰/۴۵۶
۴	مجموع ضرایب تهدیدها	۰/۵۲۹
۵	مجموع ضرایب فضای درونی (نقاط قوت و ضعف ها)	۰/۹۷۸
۶	مجموع ضرایب فضای بیرونی (فرصت ها و تهدیدها)	۰/۹۸۱
۷	مجموع ضرایب فضای مفید (نقاط قوت و فرصت ها)	۰/۷۸۳
۸	مجموع ضرایب فضای مخاطره آمیز (نقاط ضعف و تهدیدها)	۱/۲۵۰

جدول ۴- استراتژی‌های به‌دست‌آمده از ماتریس SWOT جهت توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب

استراتژی‌های محافظه‌کارانه (WO)	استراتژی‌های تهاجمی (SO)
WO ₁ بازنگری در نحوه‌ی برنامه‌ریزی‌های گردشگری روستایی و هماهنگی بین نهادها و دستگاه‌های اجرایی منطقه از طریق ایجاد نهاد مدیریتی واحد	SO ₁ برنامه‌ریزی پایدار جهت توسعه گردشگری در منطقه و بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی و افزایش کیفیت بصری
WO ₂ توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات منطقه به منظور رفاه بیشتر گردشگران	SO ₂ توسعه‌ی بازارچه‌های مرزی و گسترش تفاهم‌نامه‌های همکاری با کشور عراق جهت توسعه صادرات
WO ₃ بهره‌گیری از مشارکت مردم محلی در توسعه و تجهیز طرح‌های گردشگری منطقه	SO ₃ ایجاد صنایع فرآوری و بسته‌بندی محصولات باغی
WO ₄ آموزش مردم محلی و گردشگران در ارتباط با مزایای آشنایی با آثار مثبت گردشگری و نحوه بهره‌گیری از مزایای آن	SO ₄ ایجاد زمینه‌ها و بسترهای لازم به منظور تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در منطقه ریجاب و تأمین امنیت سرمایه‌گذاران
WO ₅ توسعه و بهبود تورهای زیارتی و سیاحتی به منظور افزایش جذب گردشگر	SO ₅ برپایی جشن‌های بومی و محلی با توجه به فرهنگ غنی منطقه
WO ₇ تلاش در جذب اعتبارات عمرانی به منظور ترمیم آثار تاریخی آسیب‌دیده‌ی منطقه	SO ₆ ایجاد تبلیغات وسیع و گسترده در جهت شناسایی قابلیت‌های منطقه به مردم و گردشگران
WO ₈ تلاش در جهت برقراری امنیت دائم و پایدار در منطقه	SO ₇ فراهم نمودن زمینه‌های توسعه باغات منطقه
WO ₉ آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم محلی در ارتباط با نحوه‌ی برخورد با گردشگران و جلوگیری از ایجاد تعارض با آنها	SO ₈ توسعه صنایع دستی محلی و ایجاد انجمن‌های فرهنگی جهت حفظ صنایع دستی
WO ₁₀ برنامه‌های و بازسازی و ایمن‌سازی مسیرها و محورهای ورودی منطقه، بهبود امکانات حمل و نقل جاده‌ای؛ جاده‌سازی مناسب و ایمن سازی مسیرهای اتصالی به روستای هدف گردشگری	SO ₉ ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش‌های مختلف به منظور ایجاد کارآفرینی در منطقه
WO ₁₁ بازنگری و نگاه ویژه به حساسیت گردشگری روستایی به عنوان اولویت اساسی در راستای جلوگیری از مهاجرت روستاییان از طریق ایجاد اشتغال و حس تعلق خاطر در بین روستاییان	
استراتژی‌های تدافعی (WT)	استراتژی‌های رقابتی (ST)
WT ₁ افزایش توجه دولت در اجرا و تخصیص اعتبار جهت توسعه گردشگری در روستا از طریق سازمان‌های مربوطه	ST ₁ تهیه‌ی دفترچه‌های راهنما و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری منطقه به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی
WT ₂ زمینه‌سازی در جهت توسعه و تجهیز منطقه از نظر زیرساخت‌های کالبدی	ST ₂ تهیه‌ی سند برای جاذبه‌های طبیعی و مناطق بیلاقی روستا توسط سازمان‌های متولی (منابع طبیعی و میراث فرهنگی)، و اجرای طرح‌ها در این مناطق و تخصیص اعتبار به طرح‌ها در بودجه‌ی سالانه‌ی بخشداری
WT ₃ استفاده از ساختار ویژه منطقه جهت احداث شهرک‌های توریستی و کمپ‌های گردشگری در روستا	ST ₃ تنوع بخشی به امکانات، تجهیزات، خدمات و برنامه‌های گردشگری روستا جهت جذب گردشگران
WT ₄ بالابردن استاندارد خدمات و تسهیلات	ST ₄ آموزش و تشویق گردشگران در راستای رعایت اصول اکوتوریسم و حفاظت از محیط زیست؛ حفظ و ارتقای محیط زیست و جلوگیری از تخریب و قطع درختان و دفع صحیح زباله در روستا و اطراف، تشکیل بسیج سبز جهت حفاظت از طبیعت، تهیه سند ملی از بیلاقات اطراف روستا
WT ₅ ایجاد مراکز استراحتگاهی بین راهی	ST ₅ رواج فرهنگ صحیح گردشگری در بین گردشگران، جهت کاهش ورود عناصر فرهنگی بیگانه به روستا و در معرض خطر قرار گرفتن فرهنگ سنتی و مذهبی روستاییان
WT ₆ بهبود امکانات و تسهیلات؛ شرایط کالبدی راه‌ها، تسریع در ساماندهی طرح فاضلاب روستا، امکانات بهداشتی، تفریحی و...	ST ₆ تهیه فیلم‌های مستند از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی منطقه
WT ₇ جذب دانش‌آموختگان مدیریت گردشگری و توریسم در منطقه جهت راهنمایی گردشگران در زمینه‌های مختلف	ST ₇ تأمین امنیت و تجهیز مسیرهای توریستی و تهیه بروشورهای راهنما برای گردشگران
-مهارت‌آموزی به گردشگران در زمینه جلوگیری از تخریب محیط زیست و آسیب‌های فرهنگی؛	

- ST₈ تنوع بخشی به امکانات، تجهیزات، خدمات و برنامه های گردشگری روستا جهت جذب گردشگران
- WT₈ مهارت آموزی به گردشگران در زمینه جلوگیری از تخریب محیط زیست و آسیب های فرهنگی
- ST₉ ایجاد جاده ی ترانزیتی جهت عبور ماشین های سنگین
- WT₉ تدوین مقررات و ضوابط جدید جهت حفظ محیط زیست و آثار تاریخی؛ تشکیل بسیجهای نگهدارنده و گرفتن جریمه نقدی از افراد متخلف
- WT₁₀ تهیه طرح های امکان سنجی جهت توجیه سرمایه گذاران
- WT₁₁ تسهیل و تسریع در اعطای مجوز در کسب و کارهای مرتبط با بخش گردشگری مانند مجوز مغازه لبنیاتی و اجاره اتاق
- WT₁₂ تشویق و ترغیب روستاییانی که سرمایه شان را خارج از روستا هزینه می کنند به سرمایه گذاری در داخل روستا و تسریع در اعطای مجوز به آنها
- WT₁₃ تأمین امنیت دائم و پایدار منطقه
- WT₁₄ رواج فرهنگ گردشگری در بین گردشگران، جهت کاهش ورود عناصر فرهنگی بیگانه به روستا و در معرض خطر قرار گرفتن فرهنگ سنتی و مذهبی روستاییان
- WT₁₅ بهره گیری از وضعیت توپوگرافی منطقه در جهت ذخیره سازی آب و برپایی مجدد مسابقات شنای منطقه
- WT₁₆ برپایی تورهای ورزشی در منطقه
- WT₁₇ ایجاد زیرساخت های لازم در جهت جداسازی مسیرهای دسترسی به جاذبه های منطقه و مسیرهای عبور ماشین ها و کامیون های سنگینی که قصد ورود به مرز را دارند
- WT₁₈ بازنگری نوع و نحوه ی برنامه ریزی و هماهنگی بین نهادها و دستگاه های اجرایی مسئول در منطقه از طریق ایجاد یک نهاد مدیریتی یکپارچه
- WT₁₉ بهبود مدیریت و تشکیلات سازمان های متولی گردشگری در جهت رسیدن به طرح های فرادست
- WT₂₀ انسجام بخشی به طرح های گردشگری توسط مدیریت های مسئول و تسریع در انجام امور
- WT₂₁ تسهیل و تسریع در اعطای مجوز در کسب و کارهای مرتبط با بخش گردشگری مانند مجوز مغازه لبنیاتی و اجاره اتاق
- WT₂₂ تنوع بخشی و توسعه برنامه های تبلیغاتی در معرفی جاذبه های منطقه و از طریق رسانه های مختلف
- WT₂₃ توجه به بازار گردشگران و نیازهایشان در ورود به روستا و تشویق و ترغیبشان به بازدید مجدد از منطقه
- WT₂₄ آگاهی دادن به مردم محلی در ارتباط با مزایای گردشگری در منطقه و مشارکت آنها در توسعه طرح های گردشگری
- WT₂₅ در نظر گرفتن خواست مردم و مشارکت دادن آنها در مسائل و تصمیم گیریهای مرتبط با توسعه توریسم در منطقه
- WT₂₆ پررنگ نمودن و تبلیغات گسترده در ارتباط با مکان های زیارتی منطقه و لزوم رعایت شئون اسلامی در مکان های زیارتی منطقه

ماتریس عوامل داخلی و خارجی به منظور تبیین الگوی راهبردی توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب در نگاره (۴) نمایش داده شده است.

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)		نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)
۲/۵	۴	
WO	SO	
WT	۲/۵ ST ۱	

نگاره ۴- ماتریس عوامل داخلی و خارجی به منظور تعیین جایگاه استراتژیک منطقه‌ی ریجاب جهت توسعه‌ی گردشگری روستایی

به طور کلی چهار نوع استراتژی تدافعی، تهاجمی، محافظه‌کارانه و رقابتی وجود دارد. هنگامی که بردار در خانه سمت راست بالا قرار گیرد، استراتژی تهاجمی است که در این حالت سازمان در بهترین وضعیت خود قرار دارد و می‌تواند با استفاده از توانایی‌ها یا نقاط قوت داخلی اقدامات زیر را به عمل آورد: (۱) بهره‌برداری از فرصت‌های خارجی، (۲) برطرف کردن نقاط ضعف داخلی و (۳) پرهیز از تهدیدات خارجی. هنگامی که بردار در خانه سمت راست و پایین باشد، یعنی در خانه رقابتی ماتریس قرار گیرد، بدین معنی است که سازمان باید استراتژی‌هی رقابتی را به اجرا درآورد. اگر بردار در خانه سمت چپ و بالا قرار گیرد، استراتژی، محافظه‌کارانه خواهد بود، بدین معنی است که سازمان باید شایستگی‌های اصولی خود را حفظ نماید و خود را در معرض خطرهای بزرگ قرار ندهد.

با استناد به ماتریس مذکور و با توجه به این که در ماتریس عوامل داخلی نقاط ضعف و در ماتریس عوامل خارجی تهدیدها غلبه داشتند، بردار در خانه سمت چپ و پایین قرار گرفته است و نشان می‌دهد که الگوی تدافعی برای توسعه‌ی گردشگری روستایی، نسبت به سایر الگوهای راهبردی از اولویت بالاتری برخوردار است. این بدان معنا است که در این منطقه جهت توسعه‌ی گردشگری روستایی باید نقاط ضعف داخلی را اصلاح کند و از تهدیدات خارجی پرهیز نماید، لذا بایستی راهبردهایی ارائه گردد که بتواند نقاط ضعف داخلی و تهدیدهای خارجی را کاهش دهد، بر این اساس در جدول (۵) بر اساس هر یک از نقاط ضعف و تهدیدها (مواردی که صاحب‌نظران به عنوان نقاط ضعف و تهدید برای منطقه‌ی ریجاب پیشنهاد دادند) و به منظور کاهش آنها راهبردهایی جهت توسعه‌ی گردشگری در منطقه‌ی ریجاب ارائه شده است (جدول ۵).

جدول ۵- راهبردهای توسعه ی گردشگری روستایی در منطقه ی ریجاب

سناریو	نقاط ضعف	تهدید	راهبرد
	<ul style="list-style-type: none"> - عدم برنامه ریزی دولت در جهت ساماندهی گردشگری در منطقه - نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، اقامتی و رفاهی - کمبود و نامناسب بودن تجهیزات و تأسیسات تفریحی در منطقه - زمین لرزه چند سال قبل که سبب آسیب دیدن تعدادی از بناها و زیرساخت های منطقه شد - عدم پوشش شبکه تلفن همراه در منطقه - عدم وجود تعمیرگاه مجهز - وضعیت نامناسب پارکینگ - باریک و دوطرفه بودن جاده - عدم وجود مراکز درمانی مناسب - نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی مانند فاضلاب و دفع نامناسب زباله ها - تعطیل شدن استخرهای پرورش ماهی به ظرفیت ۲۵۰۰ تن و بیکاری ۳۰۰۰ نفر از کسبه منطقه به صورت مستقیم و غیرمستقیم - تعطیلی هتل در فصل سرما 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم وجود کمپ های گردشگری بین راهی مناسب برای گردشگران - بالا رفتن هزینه های مالی جهت توسعه تجهیزات گردشگری و مقرون و به صرفه نبودن آنها 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش توجه دولت در اجرا و تخصیص اعتبار جهت توسعه گردشگری در روستا از طریق سازمان های مربوطه - زمینه سازی در جهت توسعه و تجهیز منطقه از نظر زیرساخت های کالبدی - استفاده از ساختار ویژه منطقه جهت احداث شهرک های توریستی و کمپ های گردشگری در روستا - بالابردن استاندارد خدمات و تسهیلات - ایجاد مراکز استراحتگاهی بین راهی - بهبود امکانات و تسهیلات؛ شرایط کالبدی راه ها، تسریع در ساماندهی طرح فاضلاب روستا، امکانات بهداشتی، تفریحی و ...
تدافعی	<ul style="list-style-type: none"> - عدم وجود نیروی متخصص و آموزش دیده در منطقه جهت راهنمایی گردشگران 	<ul style="list-style-type: none"> - انقراض گونه های ضعیف و شکننده گیاهی به دلیل لگدمال کردن - تخریب آثار و جاذبه های طبیعی در اثر ورود بیش از حد گردشگران - رعایت نشدن اصول اکوتوریسم توسط گردشگران و آلودگی محیط 	<ul style="list-style-type: none"> - جذب دانش آموختگان مدیریت گردشگری و توریسم در منطقه جهت راهنمایی گردشگران در زمینه های مختلف - مهارت آموزی به گردشگران در زمینه جلوگیری از تخریب محیط زیست و آسیب های فرهنگی؛ - تدوین مقررات و ضوابط جدید جهت حفظ محیط زیست و آثار تاریخی؛ تشکیل بسیجهای نگهدارنده و گرفتن جریمه نقدی از افراد متخلف
	<ul style="list-style-type: none"> - عدم تمایل روستاییان به سرمایه گذاری در زمینه توریسم به علت هزینه بر بودن صنعت - کمبود نیروی انسانی شغل آفرین - عدم وجود امنیت دائم به علت مرزی بودن منطقه 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در منطقه به دلیل مجاورت با مرز عراق 	<ul style="list-style-type: none"> - تهیه طرح های امکان سنجی جهت توجیه سرمایه گذاران - تسهیل و تسریع در اعطای مجوز در کسب و کارهای مرتبط با بخش گردشگری مانند مجوز مغازه لبنیاتی و اجاره اتاق - تشویق و ترغیب روستاییانی که سرمایه شان را خارج از روستا هزینه می کنند به سرمایه گذاری در داخل روستا و تسریع در اعطای مجوز به آنها - تأمین امنیت دائم و پایدار منطقه
	<ul style="list-style-type: none"> - تفاوت فرهنگی گردشگران و مردم منطقه 	<ul style="list-style-type: none"> - از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی منطقه - کم رنگ شدن سنت ها و آیین های گذشته به دلیل گذر جامعه از وضع 	<ul style="list-style-type: none"> - رواج فرهنگ گردشگری در بین گردشگران، جهت کاهش ورود عناصر فرهنگی بیگانه به روستا و در معرض خطر قرار گرفتن فرهنگ سنتی و مذهبی روستاییان

	سنتی به صنعتی	
<p>- بهره‌گیری از وضعیت توپوگرافی منطقه در جهت ذخیره- سازی آب و برپایی مجدد مسابقات شنای منطقه - برپایی تورهای ورزشی در منطقه - ایجاد زیرساخت‌های لازم در جهت جداسازی مسیرهای دسترسی به جاذبه‌های منطقه و مسیرهای عبور ماشین‌ها و کامیون‌های سنگینی که قصد ورود به مرز را دارند</p>	<p>- آلودگی منابع زیستی و آب و هوا به علت نزدیکی به کشور عراق و عبور و مرور ماشین‌های سنگین - سروصدای ناشی از تردد زیاد ماشین‌های سنگین</p>	<p>- کم شدن عمق آب - تعطیلی مسابقات شنای شیرجه به علت کم شدن عمق آب - خشک شدن تعدادی از درختان گردو و انجیر منطقه</p>
<p>- بازنگری نوع و نحوه ی برنامه ریزی و هماهنگی بین نهادها و دستگاه‌های اجرایی مسئول در منطقه از طریق ایجاد یک نهاد مدیریتی یکپارچه - بهبود مدیریت و تشکیلات سازمان‌های متولی گردشگری در جهت رسیدن به طرح‌های فرادست - انسجام بخشی به طرح‌های گردشگری توسط مدیریت‌های مسئول و تسریع در انجام امور - تسهیل و تسریع در اعطای مجوز در کسب و کارهای مرتبط با بخش گردشگری مانند مجوز مغازه لبنیاتی و اجاره اتاق</p>	<p>- برنامه‌ریزی و طرح ریزی بیرون از منطقه و بدون توجه به واقعیت‌های اصلی منطقه - ضعف در واگذاری اختیارات مسئولین محلی در اجرا و ساخت امکانات - عدم همگرایی نهادها و سازمان‌های دولتی در تصمیم‌گیری برای توسعه گردشگری</p>	<p>عدم صدور مجوز جهت ساخت و ساز</p>
<p>- تنوع بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی در معرفی جاذبه‌های منطقه و از طریق رسانه‌های مختلف - توجه به بازار گردشگران و نیازهایشان در ورود به روستا و تشویق و ترغیبشان به بازدید مجدد از منطقه</p>	<p>- دوری و فاصله زیاد مراکز و کانون‌های گردشگر فرست کشور به این منطقه</p>	<p>- ضعف تبلیغات رسانه‌ها در معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه - کمبود و ضعف تورهای گردشگری در منطقه - ذهنیت منفی ساکنین شهرهای دیگر به گرم و خشک بودن منطقه - عدم شناخت علایق گردشگران و برنامه‌ریزی برای آن</p>
<p>- آگاهی دادن به مردم محلی در ارتباط با مزایای گردشگری در منطقه و مشارکت آنها در توسعه طرح‌های گردشگری - در نظر گرفتن خواست مردم و مشارکت دادن آنها در مسائل و تصمیم‌گیری‌های مرتبط با توسعه توریسم در منطقه - پررنگ نمودن و تبلیغات گسترده در ارتباط با مکان‌های زیارتی منطقه و لزوم رعایت شئون اسلامی در مکان‌های زیارتی منطقه</p>	<p>- بروز تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه (مانند بزهکاری، بی‌حجابی، مصرف دخانیات و...)</p>	<p>- اختلافات مذهبی جامعه میزبان و گردشگران - تضاد و دشمنی میان اهالی منطقه - عدم آموزش روستاییان و آشنایی آنها در زمینه برخورد با گردشگران</p>

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

صنعت گردشگری و به خصوص گردشگری روستایی امروزه یکی از اقتصادی‌ترین فعالیت‌ها در چرخه‌ی ملی کشورها به خصوص از لحاظ اشتغال، ارزآوری و توسعه تلقی می‌شود که دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی خاص خود نیز است به همین دلیل اغلب کشورهای جهان از این فعالیت پرجاذبه به منزله‌ی ابزاری راهبردی در جهت توسعه اقتصادی خویش استفاده می‌کنند. در کشور ما نیز فعالیت‌های مختلفی در جهت رشد و توسعه‌ی گردشگری و به خصوص گردشگری روستایی صورت پذیرفته است اما این فعالیت‌ها، آن گونه که انتظار می‌رفت نتوانسته است سبب توسعه‌ی گردشگری روستایی گردد به عنوان مثال منطقه‌ی ریجاب به عنوان یکی از مناطق بکر گردشگری استان کرمانشاه در چند سال اخیر به گفته‌ی مسئولین میراث فرهنگی و گردشگری استان با کاهش گردشگر مواجه بوده است. لذا با توجه به این موضوع پژوهش حاضر با هدف تبیین سناریو، راهبردها و راهکارهای توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب انجام شد.

در راستای تحقق هدف، با استفاده از تحلیل سوات نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی توسعه گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب مشخص گردید. به منظور ارائه الگوی مناسب توسعه گردشگری روستایی مجموع امتیاز عوامل داخلی و خارجی محاسبه شد. با توجه به این‌که مجموع امتیاز عوامل داخلی و خارجی کمتر از ۲/۵۰ است و در عوامل داخلی، نقاط ضعف و در ماتریس عوامل خارجی، تهدیدها غلبه داشتند الگوی تدافعی به منظور توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب نسبت به سایر الگوها غلبه داشت. با توجه به الگوی تدافعی، راهبردهایی که پیشنهاد گردیدند به صورتی بودند که تأثیر نقاط ضعف و تهدیدهای پیش‌روی توسعه‌ی گردشگری روستایی در منطقه را کاهش دهند. از جمله‌ی این راهبردها افزایش توجه دولت در اجرا و تخصیص اعتبار جهت توسعه گردشگری در روستا از طریق سازمان‌های مربوطه و بالابردن استاندارد خدمات و تسهیلات زمینه‌سازی در جهت توسعه و تجهیز منطقه از نظر زیرساخت‌های کالبدی بود. با توجه به این‌که منطقه‌ی ریجاب از مرکز استان فاصله‌ی زیادی دارد و جزء مناطق مرزی می‌باشد تا حدودی با محرومیت مواجه است و

نسبت به بخش‌های دیگر استان به آن توجه کافی صورت نمی‌گیرد و همانطور که اشاره شد از لحاظ امکانات بهداشتی وضع مناسبی ندارد، امکانات تفریحی در منطقه محدود به فضای طبیعی آن است و تنوع وسایل و امکانات تفریحی در منطقه وجود ندارد، راه‌های عبور و مرور منطقه مناسب نیست و در جاده‌های باریک و دوطرفه آن کامیون‌های حمل سوخت بسیاری تردد می‌کنند، همینطور از لحاظ پوشش و آنتن دهی شبکه تلفن همراه و تعمیرگاه مکانیکی و درمانگاه در مزیغه می‌باشد. با توجه به بیلاقی بودن منطقه و هوای مطبوع آن در فصل زمستان می‌تواند در فصول سرد سال منطقه‌ی ریجاب پذیرای گردشگران زیادی باشد اما متأسفانه امکانات و خدمات گردشگری این منطقه در فصل سرد کاهش می‌یابد به عنوان مثال هتل منطقه در فصل زمستان تعطیل است که به گفته‌ی مسئولین این عوامل در کاهش فرصت‌های جذب گردشگر مؤثر بوده است و راهبردهای اشاره شده می‌تواند در کاهش نقاط ضعف و تهدید پیش‌رو راهگشا باشد. در این زمینه مطالعات کرمی و شریفی (۱۳۹۱)؛ عنابستانی و مظفری (۱۳۹۷)؛ ازکیا و کامور (۱۳۹۲)؛ کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۵) نیز نشان می‌دهد افزایش امکانات و خدمات زیرساختی و بهداشتی می‌تواند عامل مؤثری در جذب گردشگر باشد به طوری که وجود تنها عوامل طبیعی بدون در نظر گرفتن زیرساخت‌های کافی و مناسب گردشگری نمی‌تواند در جذب گردشگر موفق باشد. از طرفی اگر دولت یک سیاست مشترک برای تمام مناطق نمونه گردشگری در پیش گیرد، مناطق برخوردار عمدتاً برخوردارتر شده و باعث قطبی شدن توسعه گردشگری خواهد شد و مناطق نمونه با امتیاز پایین در حاشیه قرار خواهند گرفت و تنها در قالب عنوان مصوب قرار خواهند گرفت و اقدام اجرایی خاصی برای این مناطق انجام نخواهد شد.

در منطقه‌ی ریجاب جهت راهنمایی گردشگران در مورد بناها و آثار منطقه کارشناسی وجود ندارد و این موضوع سبب شده است که گردشگران با اهمیت و قدمت بناهای تاریخی و طبیعی منطقه آشنا نباشند و صرفاً جهت بهره‌مندی از فضای سبز آن در منطقه حاضر شوند و به همین دلیل باعث صدمه رساندن به بناها و از بین بردن بسیاری از گونه‌های گیاهی منطقه می‌شوند که در این زمینه جذب دانش‌آموختگان مدیریت گردشگری و توریسم در

منطقه جهت راهنمایی گردشگران در زمینه‌های مختلف، مهارت آموزی به گردشگران در زمینه جلوگیری از تخریب محیط زیست و آسیب‌های فرهنگی و تدوین مقررات و ضوابط جدید جهت حفظ محیط زیست و آثار تاریخی؛ تشکیل بسیج‌های نگهدارنده و گرفتن جریمه نقدی از افراد متخلف می‌تواند به عنوان راهبردهای مؤثر در جهت کاهش تهدیدها و نقاط ضعف اشاره شده مؤثر باشد. هم‌سو با نتیجه‌ی این پژوهش مطالعه‌ی ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۷)؛ عنابستانی و مظفری (۱۳۹۷)؛ Rathore (2012) نیز این نتیجه را تأیید می‌نماید. منطقه‌ی ریجاب علی‌رغم داشتن جاذبه‌های فراوان جذب گردشگر اما متأسفانه نزدیکی آن به مرز عراق سبب شده است که نتوان از ظرفیت‌های آن استفاده‌ی مناسبی را برد و سرمایه‌گذاران با این دیدگاه منفی که سرمایه‌گذاری در مناطق مرزی اشتباه و نوعی ریسک محسوب می‌شود و از سرمایه‌گذاری در منطق که می‌تواند سبب رونق و شکوفایی منطقه گردد اجتناب نموده که در این زمینه وظیفه‌ی مسئولین است که ضمن تأمین امنیت سرمایه‌گذاران، زمینه‌های لازم را در جذب آنها فراهم نموده و با مشوق‌های مختلف و دادن مجوزهای مختلف به افراد سرمایه‌گذار و بومی سبب توسعه و گسترش سرمایه‌گذاری در منطقه گردند و به مناطق مرزی به عنوان یک فرصت جهت رونق و توسعه نگریسته شود نه یک تهدید. در این زمینه ایمانی و ابراهیمی (۱۳۹۷) نیز در پژوهش خود افزایش انگیزه‌ی بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری را عامل مهمی در جذب گردشگر بیان نمودند.

به گفته‌ی صاحب‌نظران یکی از مواردی که در سال‌های اخیر در رونق گردشگری روستایی در منطقه‌ی ریجاب مؤثر بوده است برگزاری مسابقات شنا در منطقه و وجود استخرهای پرورش ماهی فعال بوده است که به دلیل مختلف از جمله کاهش حجم آب‌ها هر دو مورد مذکور در منطقه تعطیل شده است و به همین دلیل در گردشگران انگیزه‌ی کافی برای حضور در منطقه وجود ندارد و به گفته‌ی کارشناسان مواجهه شدن گردشگران با استخرهای خالی پرورش ماهی و درختان خشکیده باعث نوعی بی‌انگیزگی جهت حضور در منطقه و عدم مراجعه‌ی بعدی آنها می‌شود که در این زمینه توجه به جد مسئولین در ایجاد بسترهای لازم ذخیره سازی آب منطقه و فعالیت مجدد استخرهای پرورش ماهی می‌تواند انگیزه‌ی

مجددی در گردشگران برای حضور در منطقه باشد که در این زمینه نتیجه‌ی مطالعه‌ی Del Bosque and San Martín (2008) و Aca (2010) نیز نشان داد فراهم نمودن انگیزه‌های لازم و تأمین رضایت گردشگران می‌تواند در رونق گردشگری مؤثر باشد. برنامه‌ریزی‌هایی که از بالا به پایین بدون توجه به واقعیت‌های خاص مناطق صورت پذیرد با شکست مواجه خواهد شد در ارتباط با گردشگری روستایی نیز برنامه‌ریزی‌ها بایستی برای هر منطقه به صورت خاص انجام و اجرایی گردد و نمی‌توان برای تمامی مناطق گردشگر پذیر یک برنامه را پیاده و اجرا نمود در مورد منطقه‌ی ریجاب نیز برنامه‌ریزی‌ها بایستی با توجه به امکانات، ظرفیت‌ها و مشکلات خاص منطقه صورت پذیرد و در این زمینه نظر خواهی از مسئولین محلی، افراد بومی منطقه و گردشگران منطقه می‌تواند مؤثر باشد که لازم است در برنامه ریزها به طور جدی به مشارکت این سه دسته توجه لازم مبذول گردد. نتیجه‌ی مطالعه‌ی عنابستانی و همکاران (۱۳۹۲) و حجازی و همکاران (۱۳۹۲) نیز این مطلب را تأیید می‌نماید. از نظر کارشناسان ضعف تبلیغات رسانه‌ها در معرفی منطقه‌ی ریجاب و ناشناخته بودن منطقه برای بسیاری از افراد در استان‌ها و شهرستان‌های مختلف و حتی در خود استان و از طرفی ذهنیت بسیاری از افراد نسبت به دور بودن و خشکی منطقه سبب عدم جذب گردشگر در منطقه‌ی ریجاب شده است که در این زمینه تنوع بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی در معرفی جاذبه‌های منطقه و از طریق رسانه‌های مختلف و توجه به بازار گردشگران و نیازهایشان در ورود به روستا و تشویق و ترغیبشان به بازدید مجدد از منطقه می‌تواند به عنوان راهبردی مؤثر در جذب گردشگر مورد استفاده قرار گیرد. اختلافات مذهبی جامعه میزبان و گردشگران تضاد و دشمنی میان اهالی منطقه، عدم آموزش روستاییان و آشنایی آنها در زمینه برخورد با گردشگران، بروز تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه از نقاط ضعف و تهدیدهای دیگر توسعه گردشگری در منطقه‌ی ریجاب می‌باشد که در این زمینه آگاهی دادن به مردم محلی در ارتباط با مزایای گردشگری در منطقه و مشارکت آنها در توسعه طرح‌های گردشگری و آگاهی دادن به مردم محلی در ارتباط با مزایای گردشگری در منطقه و مشارکت آنها در توسعه طرح‌های گردشگری می‌تواند در رفع موانع و کاهش مشکلات مؤثر گردد که در

گردشگران می‌تواند در جلب رضایت و توسعه‌ی گردشگری منطقه مؤثر باشد؛

- استفاده از ظرفیت مرزی بودن منطقه و نگرسیتن به آن به عنوان یک فرصت. همچنین ایجاد بازارچه های مرزی در منطقه و معرفی بازارچه‌ها همراه با جاذبه‌های طبیعی و تاریخی منطقه می‌تواند عامل مهم دیگری در جذب گردشگر و جلب نظر گردشگران باشد؛

- با توجه به انقراض و از بین رفتن بسیاری از گونه های گیاهی منطقه حفظ تنوع بیولوژیکی و حیات وحش و تدوین برنامه‌هایی برای احیاء گونه‌های در حال انقراض گیاهی و جانوری به منظور افزایش پایداری اکولوژیکی منطقه؛

- واگذاری اداره امور فعالیت‌های گردشگری منطقه به مردم بومی - محلی و افزایش روحیه‌ی مشارکت پذیری و مردم سالاری محلی از طریق گسترش نهادهای جامعه‌ی مدنی نظیر انجمن‌ها و سازمان های غیر انتفاعی؛

- جذب و آموزش و بکارگیری نیروی انسانی مجرب و آموزش دیده محلی برای فعالیت و مدیریت بخش‌های مختلف مهمان داری و پذیرایی در سطح روستا؛
- افزایش توانمندی اجتماعی با تأکید بر دانش و آگاهی، آموزش و اطلاع رسانی، افزایش مشارکت زنان و جوانان و... به منظور افزایش خوداتکایی در اداره امور؛

- تسهیل و تشویق گفتگو میان جوامع محلی ساکن (مالکان اصلی منابع گردشگری منطقه) و جامعه‌ی گردشگر درباره‌ی اهمیت میراث فرهنگی منطقه، مجموعه های تفریحی و گردشگری و فرهنگ های زنده منطقه؛

- حفظ و تقویت هویت محلی برای جلوگیری از مادی گرایی و منفعت طلبی جامعه؛

- حفظ و توسعه‌ی فرهنگ همگون اجتماعی فرهنگی منطقه؛

- اتخاذ تدابیری برای برقراری تبادلات اقتصادی و فرهنگی بین ساکنان محلی و گردشگران،

- ایجاد امنیت و آرامش در منطقه و محیط بلافصل آن از طریق شناسایی زمینه‌های بروز تنش‌های احتمالی؛

- ایجاد وب سایت اطلاع رسانی به منظور ارائه اطلاعات جامع در خصوص قابلیت‌های اکوتوریستی منطقه و به روز نگه داشتن دائمی این وب سایت؛

- برنامه ریزی و مدیریت فرصت‌های تفریحی - گردشگری در چارچوب شبکه‌ی منطقه‌ای که نیازمند توجه به

این زمینه پژوهش (Rathore 2012) نیز نتیجه‌ی مشابهی را نشان می‌دهد.

تردید نیست که توسعه‌ی گردشگری روستایی عامل مهم و مؤثری در رونق مناطق روستایی و رفع بسیاری از مسائل و مشکلات این مناطق را دارد از این رو بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد‌های نهایی تحقیق با توجه به اولویت‌های منطقه و نیازهای آن به صورت ذیل ارائه می‌گردد.

- از آنجا که عدم توجه مسئولین به منطقه سبب تعطیلی استخرهای پرورش ماهی و مسابقات شنای منطقه شده است برنامه‌ریزی جدی و در اولویت قرار دادن راه حل برای رفع این مشکل می‌تواند به عنوان راهکار اساسی در رونق گردشگری روستایی منطقه مؤثر باشد؛

- از آنجا که وجود منابع طبیعی بدون در نظر گرفتن زیرساخت‌ها و اصلاح و بهبود آنها برنامه های توسعه‌ی گردشگری را با شکست مواجه خواهد نمود. ایجاد امکانات و زیر ساخت‌های مناسب توسعه‌ی گردشگری در منطقه و رفع موانع و مشکلات آن از جمله، راه های مواصلاتی منتهی به منطقه ایجاد درمانگاه سیار، تعمیرگاه مجهز، ارتقاء پوشش شبکه تلفن همراه و بهبود امکانات تفریحی، رفاهی و بهداشتی در منطقه می‌تواند مؤثر باشد؛

- خشک شدن تعداد بسیار زیادی از درختان منطقه نشان از عدم توجه کافی مسئولین به حفظ منطقه و جاذبه‌های آن دارد که در این زمینه توسعه‌ی باغات و حفظ و احیاء آنها به عنوان راهکار مؤثری می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد؛

- با توجه به عدم رضایت افراد بومی در ورود گردشگران به منطقه به علت ایجاد مشکلات توسط گردشگران. در مرتبه‌ی اول برگزاری آموزش‌های لازم به افراد بومی در ارتباط با مزایای وجود گردشگر به منطقه و در مرتبه‌ی بعدی استفاده از نظرات و پیشنهاد‌های آنها و مشارکت آنها در مراحل مختلف توسعه و برنامه‌ریزی منطقه می‌تواند در رونق گردشگری منطقه مؤثر باشد؛

- نیازسنجی از گردشگران منطقه در ارتباط با مسائل و مشکلات منطقه و کمبودها و نواقص آن و ایجاد امکانات لازم در جهت جلب رضایت گردشگران نیز در جذب گردشگر در منطقه مؤثر است؛

- برگزاری جشنواره‌های مختلف و موسیقی‌های محلی در منطقه و شناساندن آداب و رسوم و فرهنگ منطقه به

-تشکیل انجمن‌های کوچک محلی می‌تواند کمک زیادی در تعامل بین جامعه میزبان و مهمان جهت پایداری گردشگری روستا و تقویت نقاط قوت و کاهش تضاد و اثرات منفی بین سه طرف درگیر در گردشگری(جامعه محلی، جامعه میزبان و محیط طبیعی) روستا نماید؛

-قابلیت‌سنجی و تعریف توان‌های جدید گردشگری در محل به منظور سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی؛

-گسترش تورهای دسته جمعی برای بازدید از نقاط روستایی با قیمت‌های مناسب، نقش مهمی در ایجاد انگیزه برای مسافرت و تشویق گردشگران داخلی دارد؛

-ارزیابی آثار منفی گردشگری صورت پذیرد، که در این زمینه تلاش مسئولین و متولیان گردشگری باید بر این مبنا باشد تا با برنامه‌ریزی‌های صحیح و نظارت اصولی، منافع حاصل از گردشگری را به حداکثر برسانند و در مقابل آثار منفی آن را به حداقل کاهش دهند.

پیوندهای روستایی- شهری و گذر از برنامه ریزی جداگانه‌ی شهری و روستایی به برنامه‌ریزی منطقه‌ای است؛

-توسعه کسب و کارهای محلی گردشگری و جلوگیری از نشتی سرمایه به خارج از روستا؛

-گسترش فرهنگ گردشگری از طریق توسعه مراکز علمی گردشگری؛

-گسترش فرهنگ گردشگری از طریق توسعه مراکز علمی گردشگری؛

-راه اندازی تورهای گردشگری ارزان قیمت از سوی آژانس‌های خصوصی با همکاری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان؛

-توجه ویژه به بعد کارآفرینی در منطقه به منظور توسعه جاذبه‌های گردشگری.

منابع

- ایمانی، ب. و ابراهیمی، خ. (۱۳۹۷). تدوین راهبردهای توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان شرقی). *اندیشه جغرافیایی*، سال نهم، شماره ۱۸، صص: ۶۸-۸۸.
- ازکیا، م و کامور، ن. (۱۳۹۲). توسعه پایدار گردشگری روستایی در روستای چاشم شهرستان مهدی شهر. *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال پنجم، شماره سوم، صص: ۱۰۷-۱۲۲.
- احمدی، ع. ر. و فتح اله، م و تاج الدین، ا. (۱۳۹۱). *نگرش جامع بر مدیریت استراتژیک*. چاپ شانزدهم، انتشارات تولید دانش.
- اعرابی، س. م و دهقان، ن. ا. (۱۳۸۹). روش های تحقیق در مدیریت راهبردی. *فصلنامه راهبردی*، سال ۲۰، شماره ۶۰، صص: ۲۱۶-۱۹۳.
- ابراهیمی دهکردی، ا. (۱۳۹۳). نقش عوامل فرهنگی، مذهبی و اکوتوریستی در توسعه گردشگری ابرکوه. *فصلنامه فضای گردشگری*. دوره ۳، شماره ۹، صص: ۱-۱۶.
- بهرامی، ر. ا و حبیبی، ک. و قادری، ر. (۱۳۹۰). برنامه استراتژیک توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: مناطق روستایی استان کردستان). *دو فصلنامه پژوهش های بوم شناسی شهری*. سال دوم، شماره سوم، صص: ۶۱-۷۴.
- حاجی نژاد، ع و رحیمی د و تقی زاده، ز. (۹۲). تدوین برنامه استراتژیک گردشگری در منطقه نمونه گردشگری روستایی مطالعه موردی: روستای نمونه گردشگری هجیج در شهرستان پاوه. *فصلنامه علمی-پژوهشی آمایش سرزمین*. دوره ۵، شماره ۱، صص: ۵۲-۷۸.
- حجازی زاده، ز و رجایی ریزی، م. ع و حسینی امینی، ح. (۱۳۹۲). شناخت نقاط قوت و ضعف گردشگری روستایی، مطالعه موردی: اکوموزهی روستایی ایبانه-اصفهان. *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، سال دوم، شماره پنجم، صص: ۷۶-۵۰.
- حاجی نژاد، ع و پایدار، ا و باقری، ف و عبدی، ن. (۱۳۹۳). تدوین برنامه راهبردی توسعه گردشگری روستایی ایران. *فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان*. سال ۲، شماره ۸، صص: ۱۱۱-۱۳۵.
- دادورخانی، ف و نیک سیرت، م. (۱۳۸۹). برنامه ریزی راهبردی طبیعت گردی در روستاهای نواحی بیابانی
- (مطالعه موردی: روستای خرائق-شهرستان اردکان، استان یزد). *مجله پژوهش های روستایی*. دوره یک، شماره چهار. صص: ۴۳-۷۲.
- شوکتی آملانی، م و اسحاقی ر و رضایی، ر و شعبانعلی فمی، ح. (۱۳۹۳). بررسی موانع توسعه گردشگری در مناطق روستایی شهرستان اسکو (مطالعه موردی: روستای ساحلی آق بند). *فصلنامه فضای جغرافیایی*. سال ۱۶، شماره ۵۳، صص: ۲۳-۳۷.
- عینالی، ج و فراهانی ح. ف و رومیانی، ا. (۱۳۹۲). ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه های دوم. *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. سال دوم، شماره ششم، صص: ۷۴-۵۲.
- عبداله زاده، غ. ح و صالحی، خ و شریف زاده، م. ش و خواجه شاکوهی، ع. ر. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی در استان گلستان. *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. سال چهارم، شماره ۱۵، صص: ۱۶۸-۱۴۹.
- علیقلی زاده فیروزجایی، ن و قنبرزاده اشعری، آ. (۱۳۹۴). سنجش حمایت ساکنین روستایی از توسعه گردشگری در روستاهای مناطق جنگلی و عوامل مؤثر بر آن. *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. سال چهارم، شماره ۱۵، صص: ۱۸۸-۱۷۱.
- عنابستانی، ع. ا و وصال، ز. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل مؤثر بر ایجاد برند گردشگری در سکونتگاه های روستایی (مطالعه موردی: شهرستان بینالود). *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. سال پنجم، شماره ۱۶، صص: ۱۴۶-۱۲۸.
- عنابستانی، ع. ا و محمودی، ح. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گردشگری مذهبی بر ارتقاء زندگی روستاییان (مطالعه موردی: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد). *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، سال پنجم، شماره ۱۸، صص: ۱۱۴-۹۸.
- عنابستانی، ع. ا و مظفری، ز. (۱۳۹۷). تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: روستاهای نمونه گردشگری دهستان فضل شهرستان نیشابور). *سال هفتم*، شماره ۲۴، صص: ۱۴۵-۱۲۴.

- world federation of friends of museums (wffm) for worldwide sustainable cultural tourism. Available at: http://icom.museum/fileadmin/user_upload
- Helms, D.J. and Nixon, J. (2010). Not all metacognition is created equal. *New Directions for Teaching And Learning*, 95, 73-79.
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M. and Lonik, K. A. T. (2015). Tourism growth and entrepreneurship: empirical analysis of development of rural highlands. *Tourism Management Perspectives*, 14, 17-24.
- Kim, S., and Jamal, T. (2015). The co-evolution of rural tourism and sustainable rural development in Hongdong, Korea: complexity, conflict and local response. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1363-385.
- Lee, C. C. and Chang C.P. (2008). Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels, *Tourism Management*, 29 (1), 180-192.
- Popescu, R. I. (2009). The branding potential of Bucharest. *Strategy and success factors, Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 4(4 (13)), 177-193.
- Rathore, N. (2012), "Rural tourism impact, challenges and opportunities", *Journal of Business Economics & Management Research*, 2 (2), 252- 260.
- Rajaratnam, S.D., Munikrishnan, U.T., Sharif, S.P. and Vikneswaran, N. (2014), Service quality and previous experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia: A partial least squares approach, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 144, 203 – 211.
- Stroos, R. E. (2008). *Educational psychology: Theory and practice* (8th ed). New York, 86-174.
- Su, B. (2011). Rural tourism in China, *Tourism Management*, 32, 1438-1441.
- Shaw, J. and Williams, P. (2004) Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. *Current Issues in Tourism*. 29, 3-41.
- Teye, M., So nmez, S.F. and Sirakaya, E. (2002). Residents' attitudes toward tourism development, *Annals of Tourism Research*, 29, 668–688.
- Vanolo, A. (2008). The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin, *Cities*, 25(6), 370-382.
- غنیان، م و تقی بیگی، م و شرفی، ل. (۱۳۹۵). بررسی موانع بهبود فضای کسب و کار در حوزه توریسم روستایی منطقه ریجاب با استفاده از تئوری بنیانی. *مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*. سال نهم، شماره ۱، صص: ۴۲-۵۵.
- کریمی دهکردی، م و کلانتری، خ و خراسانی، م. ا. (۱۳۹۵). واکاوی کیفی مشکلات گردشگری روستایی در استان چهارمحال بختیاری با استفاده از نظریه مبنایی با تأکید بر روستای دیمه شهرستان کوهرنگ. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال پنجم، شماره ۱۹، صص: ۱۷۶-۱۹۸.
- کریمی، ف و شریفی، ر. (۱۳۹۱). ارزیابی گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی مراغه. *نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی*. سال ۱۷، شماره ۴۶، صص: ۱۷۵-۱۹۵.
- نصری، م و کاظم‌زاده اردستانی، ع. ر و دارایش، ر. (۱۳۹۱). ارزیابی گردشگری روستایی در منطقه اردستان با استفاده از مدل سوات. *فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری چشم انداز زاگرس*. سال ۳، شماره ۹، صص: ۶۱-۷۸.
- Akca, H. (2010). Assessment of rural tourism in turkey using SWOT analysis, *Journal of Applied Sciences*, 6(13): 2837-2839.
- Bensemam, J.O. (2009), Copreneurship in Rural Tourism Exploring Women's Experience. *Annals of Torism Research*, 29 (3), 5.
- Beetone, S. (2006). "Community Development through Tourism Australia". *CSIRO Publisher*, 141-160.
- Buzinde, C., Kalavar, N., Jyotsna M. and Melubo, K. (2013). Tourism and community well-being: The case of the Maasai in Tanzania, *Annals of Tourism Research*, 44(2014):PP; 20-35, [http:// dx. doi. org/ 10. 1016 /j. annals. 08.010](http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.08.010).
- Del Bosque, I. R. and San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2): 551-573.
- Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E., Figueiredo, E. and da Silva, D. S. (2017). "Who is Consuming the Countryside? An Activity-Based Segmentation Analysis of the Domestic Rural Tourism Market in Portugal". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 197-210.
- Icom. and wffm/fmam, (2007). Declaration of the international council of museums (icom) and the