نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال پانزدهم، شماره ۳۶، بهار ۹۴

اثرات گردشگری روستایی بر توسعه روستای هجیج کرمانشاه

دریافت مقاله:۹۳/۵/۲۵ پذیرش نهایی: ۹۳/۹/۹

صفحات:۲۲۸-۲۰۵

حمید جلالیان: دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران[۱]
Email: hamidjalalian@khu.ac.ir

فریوش نامداری: کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی
Email: farivashn@yahoo.com

اصغر پاشازاده: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی
Email: asgharpasha65@gmail.com

چکیده

امروزه اغلب کشورها، گردشگری روستایی را به عنوان راهبرد توسعه فضاهای روستایی مورد توجه قرار داده‌اند. روستای هجیج با میراث طبیعی، فرهنگی و مردم شناختی باارزش خود به عنوان یکی از مقصدهای گردشگری روستایی در استان کرمانشاه و غرب کشور مطرح است. در تحقیق حاضر، اثرات توسعه گردشگری در این روستا مورد بررسی قرار گرفته است. روش تحقیق، روش توصیفی- تحلیلی است. داده‌های لازم، از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده است. جامعه نمونه تحقیق شامل ۱۸۰ نفر (۱۵ نفر از مسئولین، ۱۳۰ نفر از مردم بومی و ۳۵ نفر از گردشگران) بودند که به شیوه‌ی تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه‌ی محقق ساخته بود که روایی آن با نظر استادان دانشگاه در حوزه گردشگری تایید شد و پایایی آن نیز با تکمیل نمونه‌ای ۲۰ نفری (پیش‌آزمون) و بر اساس ضریب آلفای کورنباخ ۰/۸۶۷ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل عاملی در نرم‌افزار SPSS 21 صورت گرفت. نتایج پژوهش حاکی از آن است که از ترکیب ۳۰ متغیر، شش عامل شناسایی شده که ۷۰ درصد از واریانس اثرات گردشگری را در روستای هجیج تفسیر می‌کنند. از میان این شش عامل، عامل توسعه کالبدی- خدماتی به عنوان مهم‌ترین نتیجه و اولین عامل بوده که با مقدار ویژه ۳.۹۹ توانسته است به تنهایی ۲۳ درصد واریانس تحقیق را تبیین کند. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان اثرات مثبت گردشگری (۶۵/۸ درصد) و اثرات منفی آن در روستای هجیج (۳۴/۲ درصد) بوده است. با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای اصلی عبارت‌اند از: تقویت زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری، برنامه‌ریزی برای خروج از گردشگری فصلی و تدوین ضوابط حفظ میراث فرهنگی و طبیعی منطقه.

کلید واژگان: اقتصاد روستایی، گردشگری روستایی، اثرات توسعه گردشگری، تحلیل عاملی، هجیج

---

[۱]. **نویسنده مسئول**:تهران، خیابان شهید مفتح، شماره ۴۳، دانشگاه خوارزمی، دانشکده علوم جغرافیایی، کد پستی ۱۵۷۱۹۱۴۹۱۱

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

مقدمه

در جهان فراصنعتی، بشر از زمینه اساسی حیات خویش یعنی طبیعت به دور مانده و در فضاهای ساخته شده‌ی شهرهای بزرگ به سر می‌برد. گردشگری و به ویژه گردشگری روستایی می‌تواند فرصتی برای آشتی انسان با طبیعت و فضاهای ساده‌ی روستایی فراهم کند. از کارکردهای دیگر گردشگری، برقراری ارتباط میان جوامع انسانی و به عبارتی مناسبات فرهنگی است که از سهم ویژه‌ای در توسعه ملل برخوردار است (قاسمی، ۱۳۸۸: ۳۲). امروزه گردشگری به عنوان یکی از فعالیت‌های اقتصادی گسترده جهان به شمار می‌آید به گونه‌ای که نمی‌توان جامعه‌ای را یافت که نظام برنامه‌ریزی آن تاکید و تلاشی در جهت کسب درآمدهای ناشی از گردشگری نداشته باشد. رشد و ارتقا جایگاه این صنعت تا حدی بوده که انتظار می‌رود در دهه ۲۰۲۰ صنعت شماره یک جهان محسوب شود و در این سال بیش از ۱/۶ میلیارد نفر اقدام به سفر در عرصه‌های ملی و بین‌المللی خواهند نمود (UNWTO, 2008: 11). یکی از زیرمجموعه‌های رو به گسترش گردشگری، روستاگردی و یا گردشگری روستایی است که از علاقمندان بی‌شمار و رو به افزایشی برخوردار است. گردشگری روستایی به عنوان جزئی از صنعت عظیم گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع‌بخشی به رشد اقتصادی و هم‌چنین خلق فرصت‌های شغلی جدید در فضاهای روستایی و در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا نماید (شریف‌زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱: ۵۲). در واقع، همین ویژگی اساسی گردشگری است که توجه جوامع و دولت‌ها را برای برنامه‌ریزی و توسعه‌ی آن به ویژه در کشورهای در حال توسعه جلب نموده است.

با گذشت چندین دهه برنامه‌ریزی توسعه روستایی و به کارگیری راهبردها و سیاست‌های متعدد توسعه در این زمینه، هنوز توسعه روستایی با مسائل و چالش‌های متعددی در کشورهای در حال توسعه مواجه است چرا که نتوانسته مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و مسائل محیط زیست را به گونه‌ای رضایتبخش حل کند. از این رو به منظور نیل به توسعه روستایی و کاهش معضلات گریبانگر این نواحی، تکاپوی جدی جهت ارائه راهکارها و راهبردهای جدید و ثمربخش از سوی نظریه‌پردازان و سیاست‌گذاران در جریان است (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۶). بدین‌سان، از آن جا که گردشگری و به ویژه گردشگری روستایی – به عنوان فعالیتی اقتصادی با ظرفیت بالا- از روند روبه رشدی برخوردار بوده و از سوی دیگر «روستا» که تداوم زندگی افراد در آن به منزله حفظ سرچشمه‌های اقتصاد، تمدن و فرهنگ یک جامعه است (Saleh and Eben, 2002: 35)، با مسائل واپسگرای متعددی مواجه است، این پرسش بنیادی را مطرح می‌سازد که آیا واقعا می‌توان از گردشگری در جهت بهبود و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

استیلای توسعه در فضاهای روستایی بهره برد؟ برای رسیدن به پاسخ مناسب، نمونه‌های متعدد برنامه‌های توسعه گردشگری روستایی در سراسر جهان باید مطالعه شود و شرایط هر مورد در جامعه خود مورد بررسی قرار گیرد.

کشور ما با تکیه بر میراث غنی فرهنگی و چشم‌اندازهای طبیعی خود، جاذبه‌های بیشماری را (چه در مقیاس داخلی و چه در مقیاس خارجی) برای همگان فراهم آورده است. بر همین اساس، از گذشته‌های دور در کانون توجه جهانگردان و سیاحان بوده است (حسین‌زاده دلیر و حیدری، ۱۳۸۲: ۸۵). در این میان روستای هجیج با دارا بودن جاذبه‌های متعدد و متنوع گردشگری و هم‌چنین به سبب نزدیکی به دیگر مناطق گردشگرپذیر استان کرمانشاه و غرب کشور از یک سو، و وجود فرهنگ مناسب گردشگرپذیری در بین مردم محلی از سوی دیگر، از جمله فضاهای روستایی است که به عنوان یکی از کانون‌های مهم گردشگری از سوی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان معرفی گردیده است. با توجه به پرسش اساسی مورد نظر محققین و بر اساس جایگاه روستای هجیج در گردشگری روستایی، این پژوهش به دنبال بررسی اثرات توسعه گردشگری در روستای هجیج است. البته یادآوری می‌شود که گردشگری روستایی حدوداً از آغاز دهه ۱۳۸۰ه.ش در ادبیات علمی- دانشگاهی کشور ما وارد شده و هنوز در سطوح برنامه‌ریزی و اجرایی کشور به عنوان راهبردی برای توسعه اقتصاد نواحی روستایی مورد توجه قرار نگرفته است (رضوانی و بیات، ۱۳۹۲: ۱۸۵). به همین قیاس، گردشگری در روستای هجیج نیز نه بر اساس برنامه‌ریزیِ از پیش طراحی‌شده، بلکه مبتنی بر سرمایه‌های فرهنگی و طبیعی آن مورد توجه قرار گرفته و به همین دلیل نیز نمی‌توان انتظار کاملی از کارکردهای مثبت آن داشت.

در مورد اثرات گردشگری در جوامع روستایی، با توجه به گستردگی موضوع در مقیاس جهانی، پژوهش‌های فراوانی از جنبه‌های مختلف صورت گرفته است. به عنوان نمونه، ماریا دو اولیویرا و همکارانش[1] (۲۰۱۲) جلوه‌ها و اثرات گردشگری خانه‌های دوم را در ناحیه اوِاسته[2] پرتغال مورد بررسی قرار داده‌اند؛ تحقیق آنها حکایت از تغییر کاربری اراضی و کاهش اشتغال در بخش کشاورزی سنتی این ناحیه روستایی، تحت تاثیر فعالیت‌های گردشگری و خدمات خانه‌های دوم دارد. لاه کِتات یولیتریسنا دِوی[3] (۲۰۱۴) ارتباط بین عوامل پایداری گردشگری

[1]. Oliviera Roca, M. D. N., Oliviera Roca, J., Z. and Costa, L. M.
[2]. Oeste
[3]. Luh Ketut Yulitrisna Dewi

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

در روستای سنتی پانکاسری[1] (در بالی اندونزی) را مدل‌سازی می‌کند؛ در این تحقیق، تغییر کاربری اراضی در حد وسیع و کاهش کیفیت محیط به عنوان مهم‌ترین اثرات گردشگری روستایی در منطقه تشخیص داده شد. جاءِهی هوانگ و سِئونگ وُو لی[2] (۲۰۱۵) اثر سیاست توسعه گردشگری روستایی در کره جنوبی را بر درآمدهای غیرکشاورزی روستاییان مطالعه می‌کنند و نتیجه می‌گیرند که علاقه‌ی در حال افزایش در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری بیشتر در گردشگری روستایی در این کشور، سبب افزایش درآمدهای غیرکشاورزی شده است. همچنین، در تعدادی دیگر از پژوهش‌های خارجی، از گردشگری روستایی، به عنوان عامل بیرونی مثبت برای تحرک جمعیتی و اقتصادی روستاها ذکر شده است.

در کشور ما- چنانکه اشاره شد-، گردشگری روستایی به طور جدی از ابتدای دهه ۱۳۸۰ خورشیدی مورد توجه قرار گرفته است. طی همین دوره کوتاه از عمر گردشگری روستایی در ایران، مطالعاتی برای زمینه‌یابی و همچنین اثرات گردشگری در جوامع روستایی صورت گرفته است. به عنوان مثال: رضوانی (۱۳۸۳) طرح ساماندهی خدمات گردشگری محور اورامانات- کردستان را برای سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کردستان تهیه کرده است. افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵) راهکارهای توسعه گردشگری روستایی در دهستان لواسان کوچک را با تحلیل SWOT بررسی کرده و نتیجه می‌گیرند که آستانه آسیب‌پذیری نقاط روستایی این منطقه بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود است. اکبری و بمانیان (۱۳۸۷) توسعه اکوتوریسم را برای روستای کندوان در استان آذربایجان شرقی بررسی و پیشنهاد می‌دهند. دادورخانی و نیک سیرت (۱۳۸۹) برای توسعه گردشگری در روستای بیابانی خرانق استان یزد، طبیعت‌گردی را با توجه به جاذبه‌های طبیعی و بیابانی آن پیشنهاد می‌دهند. ضرابی و تبریزی (۱۳۹۰) مکان‌های گردشگری ناحیه اورامانات در استان کرمانشاه را مستعد برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران می‌دانند. بر اساس مطالعه آنها، بیشتر گردشگران این ناحیه از داخل استان بوده و برای یک روز در منطقه اقامت دارند و هدف اصلی آنها در مرحله اول استفاده از طبیعت و آب و هوای مطلوب و در مرحله بعد خرید از بازارچه مرزی جوانرود است. به همین دلیل نیز سرمایه‌گذاری برای ایجاد امکانات اقامتی درجه یک در این ناحیه مورد توجه قرار نگرفته است. غنیان و همکاران (۱۳۹۰) به فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی ناحیه اورامانات توجه نموده و عواملی چون علاقمندی به تاسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تاسیس و گسترش

[1]. Pancasari
[2]. JaeHee Hwang and Seong Woo Lee

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

شبکه‌های تولیدی محلی بین صاحبان کسب و کار و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی را در قیاس با دیگر عوامل از جایگاه و اهمیت بالاتری در نظر می‌گیرند. قادری و هندرسون[1] (۲۰۱۲) با مطالعه موردی اورامان کردستان، پایداری گردشگری روستایی در ایران را مورد بحث قرار می‌دهند؛ از نکات قابل توجه در تحقیق آنها، مشارکت اندک مردم در برنامه‌های دولتی توسعه گردشگری و همچنین، غلبه داشتن اثرات منفی گردشگری نسبت به اثرات مثبت آن در اوران، قابل ذکر است. رضایی و همکاران (۱۳۹۱) نیز اثرات منفی گردشگری روستایی را در روستای گازرخان شهرستان قزوین مورد توجه قرار می‌دهند. در تحقیق حاضر نیز، اثرات گردشگری در روستای هجیج با استفاده از روش تحلیل عاملی مد نظر قرار گرفته است.

مبانی نظری

توجه به گردشگری روستایی به طور مشخص از دهه ۱۹۵۰ آغاز شد و در دهه ۱۹۶۰ جنبه اقتصادی آن برای جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت. طی دهه‌های بعدی، از گردشگری روستایی به عنوان ابزاری برای توسعه جوامع روستایی استفاده گردید و در این میان صاحب‌نظران تلاش نموده‌اند تا با ارائه الگوها و روش‌های مختلف، نقش گردشگری را در تجدید حیات اقتصادی و اجتماعی روستاها افزایش دهند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲). بنابراین اتخاذ سیاست‌های جدید برای کمک به بهبود اقتصادی- اجتماعی جوامع روستایی نیاز بود (Holland et al., 2003: 14). تضعیف فعالیت‌های سنتی اقتصادی در مناطق روستایی همچون کشاورزی، معدن و جنگل طی سه دهه اخیر، جستجو و بکارگیری راهکارهای تازه برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های تولیدی در مناطق روستایی را بیش از پیش ضروری نموده است (Andereck and Vogt, 2000: 25).

امروزه توسعه گردشگری در نواحی روستایی و جوامع محلی تحت تاثیر نهضت جهانی شدن، اهمیت روز افزونی یافته است (قادری، ۱۳۸۳: ۴۷). در شرایط کنونی توجه به توسعه و تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی در جوامع روستایی نظیر صنایع روستایی، صنایع تکمیلی و فرآوری محصولات کشاورزی و گردشگری روستایی ضروری است. این فعالیت‌ها با وجود این که تمرکز کمتری بر منابع طبیعی تولید دارند، می‌توانند به پایداری و رشد اقتصادی جوامع روستایی کمک کنند (شریف‌زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱: ۵۷). به نظر می‌رسد توسعه روستایی با دو مساله اساسی روبرو است: یکی متنوع‌سازی اقتصاد روستایی و دیگری، پایداری رشد و توسعه.

[1]. Zahed Ghaderi and Joan C. Henderson

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

البته تنظیم و هماهنگ نمودن این دو مقوله کار ساده‌ای نیست، چراکه قضاوت در مورد پایداری فعالیت‌ها در اغلب موارد نیاز به گذشت زمان دارد و غالباً اولویت جوامع برای حل مشکلات اساسی معیشت مردم و رسیدن به رشد سریع اقتصادی، بر حفاظت و پایداری بلندمدت جامعه ترجیح داده می‌شود.

با توجه به اهمیت گردشگری روستایی به عنوان فعالیت گسترده گردشگری و تاکید روزافزون به آن در سیاست‌های توسعه محلی و منطقه‌ای، بدیهی است که تعریف مشترک و قابل قبولی از گردشگری روستایی نمی‌تواند وجود داشته باشد، کینتلز[1] (۱۹۹۲) معتقد است تنوعی از مفاهیم و اصلاحات وجود دارد که در تعریف فعالیت گردشگری در نواحی روستایی بکار می‌رود از جمله، گردشگری کشاورزی، گردشگری روستایی، گردشگری آرامش‌بخش، گردشگری چندمنظوره و معانی مختلف دیگر که اجتناب از اختلاط تعاریف در این رابطه مشکل است (Roberts and Hall, 2001: 213). کمیسیون جامعه اروپایی (۱۹۸۶)، گردشگری روستایی را شامل همه فعالیت‌های گردشگری می‌داند که در مناطق روستایی صورت می‌گیرد (شارپلی، ۱۳۸۰: ۸).

هر تعریفی که برای گردشگری روستایی در نظر گرفته شود، این فعالیت یکی از زمینه‌های نسبتاً خوب در توسعه روستایی است که می‌تواند فرصت‌ها و امکاناتی را به ویژه برای اشتغال و درآمد روستایی فراهم سازد و نقش موثری در احیاء و نوسازی نواحی روستایی داشته باشد (محمدی،۱۳۹۰: ۹۴). هلاند و همکاران گردشگری روستایی را یک رهیافت جایگزین برای نیل به توسعه پایدار روستایی می‌دانند و معتقدند که با توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول کشاورزی، ارائه این راهبرد نوین برای احیای نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل یا متحول نمودن این نواحی با توجه به منابع زمینی و انسانی آنها ضرورت دارد (Holland et al., 2003: 18). گردشگری روستایی می‌تواند -چنانچه درست برنامه‌ریزی شود- منافع چندی برای روستاها به ارمغان آورد (Hall and Page, 2006) که از آن جمله می‌توان به: ۱- رشد اقتصادی، تنوع‌بخشی و تثبیت اقتصادی از طریق ایجاد اشتغال در گردشگری؛ ۲- فراهم کردن منابع درآمدی در بخش کشاورزی، صنایع دستی و خدمات؛ ۳- فرصت‌سازی برای تحقق بخشیدن ارزش اقتصادی بر تولیدات غذایی با کیفیت، تولیدات نامستعمل و ساختمان‌های متروکه؛ ۴- افزایش ارتباطات اجتماعی به ویژه در جوامع جداافتاده و گروه‌های

[1]. Keanetals

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

اجتماعی بسیار منزوی و ۵- فرصت‌سازی به ارزیابی مجدد میراث، نمادها و نشانه‌های تاریخ، طبیعت و هویت (Iorio & Corsale, 2009: 2) اشاره کرد.

از نگاه اقتصادی، گردشگری روستایی در چهارچوب «نظام عرضه و تقاضا» قابل بررسی است و توسعه آن در گرو حداقل سه عامل مهم قرار دارد:

الف- جاذبه‌ها (جذابیت‌های طبیعی و انسانی عرصه‌های روستایی)؛

ب-ایجاد زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری (جاده و دسترسی، امنیت، مکان‌های اقامت و پذیرایی، سیستم دفع زباله و فاضلاب)؛

ج- مدیریت فرهنگی- تجاری (آموزش، معرفی و تبلیغات، تسهیلات تجاری).

بنابراین، در سطح عرضه محصول گردشگری، علاوه بر جاذبه‌های طبیعی و انسانی، مدیریت ارائه خدمات گردشگری نیز اهمیت زیادی دارد و مجموعاً تعیین کننده‌ی رشد بازار و افزایش متقاضیان گردشگری خواهند بود.

در دیدگاه توسعه پایدار، گردشگری باید به عنوان فعالیتی پایدار مورد توجه قرار گیرد، یعنی بتواند در یک محیط در زمان نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست اجتماعی لطمه وارد نیاورد (باتلر، ۱۹۹۳، نقل در زاهدی، ۱۳۸۵: ۱۱۱). به بیانی دیگر، گردشگری پایدار به نحوی برنامه‌ریزی می‌شود که بر محیط زیست، اقتصاد و فرهنگ جامعه میزبان اثر منفی نگذارد. بنا به تعریف سازمان جهانی گردشگری، «**گردشگری پایدار**[1] نیازهای گردشگران زمان حال و جوامع میزبان را برآورده می‌کند و در عین حال، فرصت‌ها را برای آینده بسط و گسترش می‌دهد و منابع را به گونه‌ای مورد استفاده قرار می‌دهد که همزمان با حفظ ارزش‌های فرهنگی، فرآیندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و سیستم‌های پشتیبانی حیات، به نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبایی- شناختی نیز پاسخ داده شود» (UNWTO, 2008, 17).

در زمینه‌ی رابطه گردشگری و توسعه روستایی، نگرش‌های متعدد، اما نزدیک به هم وجود دارد. در یک نگرش، گردشگری به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی است که انعکاس دهنده‌ی ویژگی محیط روستایی است. در این رویکرد، گردشگری روستایی بعد از شناخته شدن به عنوان یکی از منابع توسعه، بیشتر به عنوان عاملی برای توسعه‌ی ثروت- محور (توسعه‌ی زیرساخت‌های فیزیکی) در نواحی روستایی مد نظر قرار می‌گیرد. در نگرشی دیگر، گردشگری به عنوان ابزار و سیاستی برای بازساخت اقتصاد روستایی قلمداد می‌شود (اسلی، ۱۹۹۷، نقل در قادری، ۱۳۸۳: ۱۳۱). در این نگرش، عمدتاً بر ابعاد اقتصادی توسعه تأکید

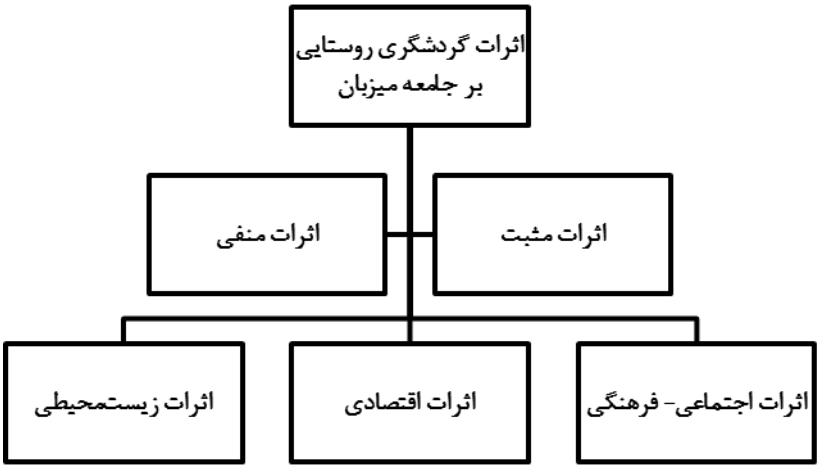
1. Sustainable Tourism

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

می‌شود و انتظار می‌رود گردشگری در توسعه اقتصادی مفید واقع شود. و نهایتاً این که، گردشگری به عنوان سیاست و ابزاری برای توسعه روستایی پایدار در نظر گرفته می‌شود (لانی، ۱۹۹۱، نقل در قادری، ۱۳۸۳: ۱۳۲). این رویکرد، به دنبال به دست آوردن تعادل و موازنه بین رشد نهایی گردشگری و نیازهای حفاظت و نگه‌داری منابع طبیعی و ارزش‌های فرهنگی جوامع روستایی است (قادری، ۱۳۸۳: ۱۳۳).

در هر صورت، باید توجه داشت که توسعه‌گردشگری در فضاهای روستایی، علاوه بر پی‌آمدهای مثبت با پی‌آمدهای منفی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی نیز همراه خواهد بود، به ویژه اگر رشد گردشگری، بدون برنامه‌ریزی و به صورت خودجوش باشد. رشد بی‌برنامه گردشگری در فضاهای جغرافیایی به ویژه در فضاهای روستایی، اثرات قابل توجهی بر محیط فیزیکی، هویت فرهنگی و نیز اقتصاد بر جای خواهد گذاشت که کنترل آنها را نمی‌توان به شانس و اتفاق واگذار کرد (Risteski et al., 2012: 376). در این زمینه، استفن ویلیامز (۲۰۰۹) از پیشگامان مطالعات جغرافیای‌گردشگری بیان می‌دارد: «هم‌اکنون تجربه‌های فراوانی از سراسر جهان وجود دارد که نشان می‌دهند مقصدهای گردشگری برنامه‌ریزی‌نشده[1] بیشتر با پی‌آمدهای منفی در ابعاد گوناگون و سطح پایینی از میزان رضایتمندی گردشگران روبرو هستند. به طور خلاصه، می‌توان ابعاد اثرات گردشگری را بر محیط روستایی به شکل ۱ نشان داد.



شکل (۱) چهارچوب مفهومی تحقیق (منبع: یافته‌های پژوهش حاضر)

[1] . Unplanned Tourist Destinations

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

روش‌شناسی تحقیق

محدوده مطالعه در این تحقیق، روستای هجیج از توابع بخش نوسود شهرستان پاوه در استان کرمانشاه است که در ۳۴ کیلومتری شهر پاوه و ۱۲۳ کیلومتری کرمانشاه قرار دارد. این روستا دارای ۱۸۰ خانوار، معادل ۶۰۳ نفر جمعیت است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰) که از شمالِ غرب و جنوب به کوه‌های سالان و شاهو محدود است که با اقلیمی معتدل و کوهستانی، در بهار و تابستان آب و هوای مطبوعی دارد و در پاییز و زمستان سرد است. اگرچه اسناد معتبری در مورد تاریخ روستای هجیج در دست نیست، اما وجود امامزاده عبیدالله معروف به کوسه هجیج بیانگر آن است که این روستا سابقه تاریخی دیرینه‌ای دارد و قدمت آن به بیش از ۵۰۰ سال می‌رسد. جاذبه‌های گردشگری این روستا ترکیبی از میراث طبیعی و فرهنگی از جمله شامل چشم‌اندازهای کوهستانی و سبز پیرامون روستا، رودخانه دایمی، بافت کالبدی روستا با معماری پله‌کانی، مصالح ساختمانی بوم‌آورد، ویژگی‌های مردم‌شناختی مانند آیین‌ها و آداب کردی، پوشش سنتی مردان و زنان، صنایع دستی خاص نظیر گیوه‌بافی و ... است (شکل ۲).

شکل (۲) نمای عمومی روستای هجیج

پژوهش حاضر، یک پژوهش توصیفی- تحلیلی است و از نظر هدف جزء پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌شود، چراکه مفاهیم نظری را در موقعیت و مسائل واقعی مورد آزمون قرار می‌دهد. داده‌های مورد نیاز تحقیق از دو روش اسنادی و پیمایشی تهیه شده است. سطح تحلیل پژوهش، روستای هجیج است و جامعه آماری تحقیق نیز ساکنان این روستا هستند. جمعیت ۶۰۳ نفری این روستا در ۱۸۰ خانوار توزیع شده‌اند که محققین تصمیم گرفتند حدود ۷۰٪ خانوارها را مورد پرسش قرار دهند. بر این اساس، تعداد ۱۳۰ پرسشنامه به صورت تصادفی بین آنها توزیع شد. همچنین، تعداد ۱۵ پرسشنامه بین مسئولین و ۳۵ پرسشنامه نیز توسط

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

گردشگرانِ در دسترس روستا تکمیل شده است. ضمناً، تکمیل پرسشنامه‌ها به روش مصاحبه حضوری صورت گرفته است. برای سنجش روایی و پایایی پرسشنامه‌ی محقق ساخته، نسخه‌ی اولیه آن در اختیار کارشناسان و اساتید دانشگاه قرار داده شد و پس از اصلاحاتی از طرف آنان، پرسشنامه نهایی تنظیم گردید و سپس با توزیع پرسشنامه به نمونه‌ای ۲۰ نفری (پیش‌آزمون) پایایی آن تعیین گردید، بطوری که ضریب آلفای کورنباخ ۰/۸۶۷ به دست آمد. محتوای اصلی پرسشنامه شامل ۳۰ سوال (در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت) در مورد اثرات گردشگری بر روستا است که در سه زمینه اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی دسته‌بندی شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات، با روش تحلیل عاملی[1] اکتشافی در محیط نرم افزاری SPSS 21 صورت گرفته است.

تحلیل عاملی از مقوله تحلیل‌های چندمتغیره است که بین مجموعه‌ای از متغیرهای به ظاهر مرتبط، رابطه خاصی تحت یک مدل فرضی برقرار می‌کند (تقوایی و شفیعی، ۱۳۸۸: ۱۴۹). معمولا در تحقیقات به دلایل مختلف، حجم زیادی از متغیرها قابل بررسی است. برای تحلیل دقیق‌تر داده‌ها و رسیدن به نتایج علمی‌تر و در عین حال عملیاتی‌تر، یکی از راه‌های کاهش حجم متغیرها و یا تشکیل ساختار جدیدی برای آنها، استفاده از روش تحلیل عاملی است. این مدل، یکی از ابزارهای قوی و انعطاف‌پذیر برای متغیرهای بهم‌پیوسته و مشترک و در عین حال، روشی برای خلاصه‌کردن اطلاعات است. البته این خلاصه‌کردن به ترتیبی صورت می‌پذیرد که نتیجه خلاصه از نظر مفهوم معنی‌دار است (موسوی و حکمت نیا، ۱۳۸۴: ۵۹). در واقع ویژگی عمده تحلیل عاملی، کاهش متغیرهای زیاد به چند عامل با استفاده از روش‌های ریاضی پیچیده است (تقوایی و قاعد رحمتی، ۱۳۸۵: ۱۲۳). در این روش ، علاوه بر تفسیر روابط میان متغیرها با ترکیب بهینه‌ی آنها، اطلاعات نهفته در متغیرها را در قالب تعداد کمتری عامل معنادار در دسترس قرار می‌دهد و محقق می‌تواند با استفاده از آن دست به متغیرسازی نیز بزند (کینی و گری، ۱۳۷۷:۱۲۱). نتیجه‌ی نهایی تحلیل عاملی، شناسایی متغیرها یا عامل‌های اساسی به منظور تبیین الگوی همبستگی بین متغیرهای مشاهده شده است.

تحلیل عاملی، چندین روش اضافی برای تحلیل داده‌ها دارد که مهم‌ترین آنها روش مؤلفه‌های اصلی است. در این روش، تحلیل داده‌ها با یافتن ترکیبی خطی از متغیرهایی (یک مؤلفه) که برای چنین تغییری در متغیرهای اصلی محاسبه می‌شوند آغاز می‌شود. سپس مؤلفه‌های دیگری پیدا می‌شوند که برای اغلب متغیرهای باقیمانده محاسبه می‌شوند و با مؤلفه قبلی همبستگی ندارند. معمولاً برای بیشتر تغییرات، چند مؤلفه محاسبه خواهد شد که این مؤلفه‌ها

1. Factor Analysis

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

می‌توانند جایگزین متغیرهای اصلی شوند. این روش‌ها بیشتر اوقات برای کاهش تعداد متغیرها به کار می‌روند. بدین منظور در این تحقیق از این روش استفاده شده و مراحل کار به صورت ذیل است: الف- انتخاب متغیرها و تشکیل ماتریس داده‌ها، ب- محاسبه ماتریس همبستگی، ج- استخراج عامل‌ها، د- دَوَران عامل‌ها، ه- نامگذاری عامل‌ها.

یافته‌های تحقیق

میانگین سنی ۱۸۰ نفر جامعه نمونه تحقیق ۳۶.۶ سال بوده با انحراف معیار برابر با ۳۷.۲ سال و همچنین از نظر سطح سواد نیز میانگین سواد ۱۰.۹ سال با ۴.۶ سال انحراف معیار بوده است. جدول (۱) هم دیگر خصوصیات فردی پاسخگویان را ارائه می‌کند.

جدول (۱) ویژگی‌های فردی پاسخگویان

متغیر		فراوانی	درصد	جمع
جنسیت	مرد	۱۶۶	۹۲	۱۸۰
	زن	۱۴	۸	
وضعیت تأهل	مجرد	۱۷۳	۹۶	۱۸۰
	متأهل	۷	۴	
وضعیت شغلی	بیکار	۳۲	۱۸	۱۸۰
	کشاورز	۵۸	۳۲	
	کارمند	۱۶	۹	
	کارگر	۴۷	۲۶	
	دانشجو	۲۷	۱۵	

منبع: مستخرج از پرسشنامه پژوهش حاضر

- انتخاب متغیرها برای تحلیل عاملی:

در مرحله انتخاب متغیرها با تشکیل ماتریس همبستگی، متغیرهایی که با هیچ‌یک از متغیرهای دیگر همبستگی ندارند، حذف می‌شوند. یکی از راه‌های وجود همبستگی بین متغیرها مقدار آماره KMO است. استفاده از آماره KMO – که دامنه آن از ۰ تا ۱ است- چنانچه مقدار این بیش از ۰/۷۰ باشد، همبستگی‌های موجود به طور کلی برای تحلیل عاملی مناسب‌اند. اگر مقدار عاملی آن بین ۰/۵۰ تا ۰/۶۹ باشد، می‌بایستی دقت زیادی به خرج داد و مقادیر کمتر از ۰/۵۰ غیرقابل پذیرش است. به بیانی دیگر، مقدار آماره KMO باید بالاتر از ۰/۵۰ باشد و هرچه بیشتر باشد بهتر است. همچنین معنی‌داری متغیرها برای تحلیل عاملی از طریق آزمون بارتلت سنجیده می‌شود. معنی‌دار بودن این آزمون حداقل شرط برای انجام

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

تحلیل عاملی است (سرمد و همکاران، ۱۳۷۸: ۲۷۱). جدول (۲) معیار KMO و نتایج آزمون بارتلت را نشان می‌دهد.

جدول (۲) نتایج آماره KMO و آزمون بارتلت در اثرات گردشگری

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.712
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	941.656
	df	179
	Sig.	.001

منبع: محاسبات پرسشنامه پژوهش حاضر

با توجه به جدول (۲) مقدار آماره KMO برابر با ۰/۷۱۲ می‌باشد که تاییدکننده تحلیل عاملی و بیانگر مناسب بودن آن است. بنابراین، داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب‌اند. همچنین نتایج آزمون کرویت بارتلت نیز در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، به این مفهوم که فرض مخالف تأیید می‌شود، یعنی بین متغیرها همبستگی معنی‌دار وجود دارد.

برای بررسی اثرات گردشگری در محدوده مورد مطالعه ۳۰ گویه در سه بعد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی انتخاب شده تا با استفاده از روش تحلیل عاملی مورد تحلیل قرار گیرد.

- محاسبه ماتریس همبستگی:

برای انجام محاسبات در مراحل بعدی و ارتباط درونی بین متغیرها، از ماتریس همبستگی استفاده می‌شود. اگر همه متغیرها در جهت مثبت مرتب شده باشند، همبستگی مثبت خواهد بود. همبستگی میان ۳۰ متغیر، ماتریس ۳۰ در ۳۰ می‌باشد. مقادیر قطر آنها همگی ۱ و اعداد زیر قطر آن تکرار اعداد بالای قطر است.

- استخراج عوامل:

در این مرحله، با استفاده از ماتریس همبستگی بین متغیرها، عوامل استخراج می‌شوند. با استفاده از ماتریس عاملی، عوامل مشترک و اهمیت نسبی هر یک از متغیرها معلوم می‌شود و معنادار بودن عوامل انتخاب شده از آماره مقدار ویژه مشخص می‌گردد و عامل‌هایی را انتخاب می‌کند که مقدار ویژه آن‌ها بالاتر از ۱ است. در این جدول تعداد عامل‌ها به اندازه تعداد متغیرهای استفاده شده می‌باشد که مقدار ویژه هر کدام نیز مشخص شده است. مجموع این عوامل، کل واریانس متغیرها را تبیین می‌کند. اما عامل‌های پایین‌تر معمولا سهم ناچیزی در تبیین متغیرها دارند. به همین دلیل بر اساس ملاک کیسر تنها باید عامل‌هایی استخراج گردند که مقدار ویژه آنها بیشتر از ۱ باشد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

جدول (۳) مقدار ویژه و واریانس متناظر با عامل‌ها را نشان می‌دهد. بلوک اول بلوک مقادیر ویژه اولیه است. مقادیر ویژه اولیه برای هر یک از عامل‌ها در قالب مجموع واریانس تبیین شده برآورد می‌شود. واریانس تبیین شده بر حسب درصدی از کل واریانس و درصد تجمعی است. مقدار ویژه هر عامل، نسبتی از واریانس کل متغیرهاست که توسط آن عامل تبیین می‌شود. مقدار ویژه از طریق مجموع مجذورات بارهای عاملی مربوط به تمام متغیرها در آن عامل قابل محاسبه است، از این رو مقادیر ویژه، اهمیت اکتشافی عامل‌ها را در ارتباط با متغیرها نشان می‌دهد. پایین بودن این مقدار برای یک عامل به این معنی است که آن عامل نقش اندکی در تبیین واریانس متغیرها داشته است این بلوک تعیین می‌کند که کدام عامل‌ها در تحلیل باقی می‌مانند، زیرا آنهایی که مقدارشان از عدد ۱ کمتر است از تحلیل خارج خواهند شد. با توجه به درصد تجمعی بلوک اول مشاهده می‌شودکه عوامل اول تا ششم روی هم رفته ۷۰ درصد تغییرات را شامل می‌شوند. در بلوک دوم بلوک مجموع ضرایب عامل دوران نیافته، واریانس تبیین شده عامل‌هایی ارائه شده است که مقادیر ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از عدد ۱ می‌باشد. بلوک سوم نیز به عامل دوران مربوط می‌شود. این بلوک، بلوک مجموعه مقادیر عامل‌های استخراج شده بعد از چرخش را نشان می‌دهد. همچنانکه مشاهده می‌شود شش عامل قابلیت تبیین واریانس‌ها را دارند. که عامل‌های به دست آمده با روش Varimax چرخش داده شد، عامل‌های اول تا ششم در مجموع ۷۰ درصد واریانس را در بردارند.

جدول (۳) عامل‌های استخراج شده، مقادیر ویژه و درصد تبیین واریانس آنها از مجموعه شاخص‌ها

	مقادیر ویژه اولیه			مجموع مجذورات بارهای عاملی قبل از دوران			مجموع مجذورات بارهای عاملی بعد از دوران		
عامل	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۳.۹۹۶	۲۳.۰۲۶	۲۳.۰۲۶	۴.۷۱۴	۲۱.۴۲۹	۲۱.۴۲۹	۳.۲۳۶	۱۸.۵۵۱	۱۸.۵۵۱
۲	۳.۶۵۱	۱۶.۹۶۳	۳۹.۹۸۹	۳.۷۸۰	۱۷.۱۸۰	۳۸.۶۰۹	۲.۹۶۱	۱۳.۹۵۶	۳۲.۵۰۷
۳	۲.۲۶۷	۱۰.۲۵۶	۵۰.۲۴۵	۲.۰۵۰	۹.۳۱۷	۴۷.۹۲۶	۲.۰۰۶	۱۱.۰۷۴	۴۳.۵۸۱
۴	۱.۹۶۸	۹.۱۲۳	۵۹.۳۶۸	۱.۷۷۸	۸.۰۸۰	۵۶.۰۰۶	۱.۸۶۵	۱۰.۶۲۱	۵۴.۲۰۲
۵	۱.۴۵۳	۶.۲۶۹	۶۵.۶۳۷	۱.۳۰۲	۵.۹۱۹	۶۱.۹۲۵	۱.۴۴۲	۹.۲۶۹	۶۳.۴۷۱
۶	۱.۲۰۴	۴.۷۹۶	۷۰.۴۳۳	۱.۱۲۳	۵.۱۰۴	۶۷.۰۲۹	۱.۲۳۶	۶.۹۶۲	۷۰.۴۳۳

منبع: محاسبات پژوهش حاضر

همانگونه که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، شش عامل اول دارای مقادیر ویژه بزرگتر از ۱ هستند و جمعاً ۷۰ درصد از واریانس مجموعه ۳۰ متغیر مورد بررسی در خصوص اثرات

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

گردشگری در هجیج را تبیین می‌کنند که درصد مورد قبول و بالایی به شمار می‌آید. بنابراین، گرچه همه این عوامل مقادیر ویژه بزرگتر از واحد دارند، ولی اهمیت و نقش عامل اول با درصد تبیین ۲۳ درصد بیش از عامل‌های بعدی است و به عنوان مهم‌ترین عامل معرفی می‌شود.

- دوران عامل‌ها:

هدف از دوران تغییر در تعداد عوامل استخراج شده نیست بلکه سعی دارد که وضعیت جدیدی ایجاد کند که بتوان آن را راحت‌تر تفسیر کرد. تفسیر متغیرهای بار عاملی بدون چرخش و دوران آسان نیست و بنابراین عامل‌ها چرخانده می‌شوند تا قابلیت آنها افزایش یابد (مومنی و فعال قیومی، ۱۳۸۶: ۲۰۲). در ماتریس، عامل‌ها متناوبا حول نقطه‌ای ثابت چرخانده می‌شوند تا متغیرها را در برگیرند. این روش ماتریس عامل دوران یافته خوانده می‌شود (افشانی و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۷۰). در این جدول، بار عاملی هر متغیر قبل از دوران‌یافتن مشخص می‌شود اما، از آنجایی که تمام این ضرایب در تعریف عامل‌ها نقش ندارند بنابراین ضرایب پایین‌تر باید از جدول حذف شوند. در مورد اینکه مبنای معنادار بودن این ضرایب چیست نظرات متفاوتی وجود دارد. برای تفسیر این عامل‌ها جونز (۱۹۵۴) کمترین مقدار این ضریب را برابر با ۳۰٪، هومن (۱۹۸۲) برابر با ۳۵٪ و رینولدز و همکاران (۱۹۸۸) برابر با ۴۰٪ بکار برده‌اند (کلانتری، ۱۳۸۷: ۳۲۲). در این تحقیق، مقدار ۵۰٪ مبنای تعیین ضرایب در نظر گرفته شده است. این ضرایب عوامل، همان ضرایب همبستگی بین متغیر در عامل‌ها است. بنابراین، هرچقدر مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد (که بیشتر از ۱ نخواهد بود) عامل مورد نظر نقش بیشتری در کل واریانس اعداد در متغیر مورد نظر خواهد داشت و هر متغیر در عاملی قرار می‌گیرد که با آن عامل همبستگی بالای معنی‌داری داشته باشد. همچنین، برای دوران عوامل هم روش‌های گوناگونی وجود دارد، که در این تحقیق از روش واریماکس استفاده شده است. حاصل این دوران، ماتریسی از عوامل دوران یافته است که برای هر عامل در مقابل متغیر مربوطه، وزنی را قائل می‌شود و هر عامل را به وضوح به متغیرهای خاص تعلق می‌دهد.

- نام‌گذاری عامل‌ها:

نام‌گذاری عامل‌ها با توجه به اطلاعات جدول (۴) صورت گرفته است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

جدول (۴) متغیرهای بارگذاری شده در عوامل شش‌گانه

ردیف	متغیر	میانگین	مقدار همبستگی	شماره عامل/ نام عامل/ مقدار ویژه/ درصد واریانس تبیین شده
۱	توسعه راه ارتباطی	۳.۴۱	۰/۶۲۹	عامل اول توسعه خدماتی- کالبدی مقدار ویژه ۳.۹۹ درصد واریانس ۲۳.۰۲۶
۲	تغییر کاربری اراضی	۳.۵۳	۰/۵۱۴	
۳	ایجاد تنوع شغلی	۳.۱۶	۰/۵۵۶	
۴	افزایش رفت و آمد (ترافیک)	۳۰.۱	۰/۷۴۱	
۵	بهبود توجه نهادهای دولتی و خصوصی نسبت به گردشگری	۳.۲۰	۰/۵۶۹	
۶	افزایش تمایل بر استفاده از کالاهای تجملی	۲.۸۹	۰/۴۹۹	
۷	افزایش اشتغال زنان و کودکان	۳.۲۶	۰/۶۹۱	
۸	افزایش امکانات و خدمات آموزشی- درمانی	۳.۰۷	۰/۸۲۶	
۹	افزایش سطح تحصیلات	۳.۷۰	۰/۸۱۹	عامل دوم توسعه رفاه اجتماعی مقدار ویژه ۳.۶۵ درصد واریانس ۱۶.۹۸۹
۱۰	کاهش مهاجرت و برگشت مهاجران	۳.۲۱	۰/۵۷۹	
۱۱	افزایش انگیزه ماندگاری در روستا	۳.۵۳	۰/۵۲۶	
۱۲	افزایش امکانات خدماتی و رفاهی	۲.۹۹	۰/۶۳۷	
۱۳	افزایش اختلافات محلی	۲.۱۷	۰/۵۰۴	
۱۴	تعاملات فرهنگی بین گردشگران و مردم منطقه	۲.۸۹	۰/۶۲۱	
۱۵	افزایش اعتماد به نفس	۲.۲۹	۰/۶۵۳	عامل سوم تخریب هویت فرهنگی و منظر مقدار ویژه ۲.۲۶ درصد واریانس ۱۰.۲۵۶
۱۶	نابودی سبک معماری سنتی	۲.۳۶	۰/۵۰۱	
۱۷	تغییر رفتار و شیوه زندگی مردم از سنت به مدرنیته	۲.۶۷	۰/۵۶۹	
۱۸	کاهش فعالیت‌های سنتی و هنری	۳.۲۹	۰/۵۲۸	
۱۹	آسیب مناظر طبیعی و تاریخی	۳.۶۷	-۰/۵۹۷	
۲۰	بروز و شیوع انواع بیماری‌ها	۲.۲۸	۰/۵۲۶	عامل چهارم تبعات زیست‌محیطی مقدار ویژه ۱.۹۶ درصد واریانس ۹.۱۲۳
۲۱	افزایش انواع آلودگی‌ها (هوا- صوتی و ...)	۱.۹۱	۰/۵۰۳	
۲۲	کاهش گونه‌های گیاهی و جانوری	۲.۶۵	-۰/۶۱۲	
۲۳	افزایش درآمد	۳.۵۲	۰/۵۲۳	عامل پنجم توسعه اقتصادی مقدار ویژه ۱.۴۵ درصد واریانس ۶.۲۶۹
۲۴	افزایش پس‌انداز	۲.۶۹	۰/۵۲۹	
۲۵	تغییر و جابجایی نیروی کار (اشتغال کاذب و فصلی)	۳.۷۴	۰/۸۱۶	
۲۶	افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در روستا	۳.۱۴	۰/۵۸۱	
۲۷	افزایش قیمت زمین و کالاها	۳.۴۱	۰/۸۳۶	عامل ششم افزایش هزینه‌ها مقدار ویژه ۱.۲۰ درصد واریانس ۴.۷۹۶
۲۸	افزایش هزینه‌های زندگی	۴.۲۶	۰/۶۲۴	
۲۹	افزایش هزینه‌های پاکیزگی محیط (جمع‌آوری زباله)	۳.۵۶	-۰/۵۱۲	
۳۰	توزیع ناعادلانه منافع حاصل از گردشگری	۳.۴۱	۰/۶۵۳	

(منبع: یافته‌های پژوهش حاضر)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

عامل اول: مقدار ویژه این عامل ۳.۹۹ است که به تنهایی ۲۳ درصد از واریانس را محاسبه می‌کند و بیشترین تأثیر را در بین عوامل شش‌گانه دارد، بنابراین به عنوان مهم‌ترین عامل معرفی می‌گردد. در عامل مذکور ۸ متغیر بارگذاری شده که ۳ متغیر (افزایش رفت و آمد (ترافیک)، توسعه راه ارتباطی، تغییر کاربری اراضی) مربوط به بعد کالبدی و ۲ متغیر (توسعه بخش آموزشی و بهداشتی و افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به توسعه گردشگری منطقه) مربوط به بعد زیرساخت خدماتی و ۳ متغیر (ایجاد تنوع شغلی، افزایش تمایل بر استفاده از کالاهای تجملی و افزایش اشتغال زنان و کودکان) مربوط به بعد اقتصادی می‌باشد. در این عامل از هشت متغیر مذکور، دو متغیر افزایش رفت و آمد (ترافیک) و تغییر کاربری اراضی از اثرات منفی بوده و شش متغیر دیگر جزء اثرات مثبت است. پس این عامل را می‌توان جزو اثرات مثبت یاد کرد و عامل توسعه خدماتی- کالبدی تلقی نمود.

عامل دوم: مقدار ویژه عامل دوم ۳.۶۵ است که این مقدار ۱۶.۹۸درصد از واریانس را محاسبه می‌کند در این عامل ۶ متغیر بارگذاری شده که شامل افزایش سطح تحصیلات، افزایش اختلافات محلی، افزایش امکانات خدماتی رفاهی، افزایش انگیزه ماندگاری در روستا، افزایش مهاجرت معکوس و کاهش مهاجرت روستا-شهری و تعاملات فرهنگی بین گردشگران و مردم منطقه می‌باشد. همه متغیرها دارای همبستگی خوبی بوده و از متغیرهای بعد اجتماعی هستند؛ از همین روی، می‌توان این عامل را عامل توسعه رفاه اجتماعی نامید. در این عامل از شش متغیر مذکور تنها متغیر افزایش اختلافات محلی از اثرات منفی گردشگری بوده و مابقی متغیرها (پنج متغیر دیگر) جزء اثرات مثبت هستند، یعنی می‌توان عامل دوم را عامل اثرات مثبت اجتماعی تلقی نمود.

عامل سوم: عامل سوم با مقدار ویژه ۲.۲۶، به میزان ۱۰.۲۵ درصد از واریانس را تفسیر می‌کند. در این عامل پنج متغیر آسیب مناظر طبیعی و تاریخی، نابودی سبک معماری سنتی، کاهش فعالیت‌های سنتی و هنری، تغییر رفتار و شیوه زندگی مردم بومی و افزایش اعتماد به نفس بارگذاری شده‌اند و همبستگی همگی آنها مثبت و قوی بوده و از بعد فرهنگی و طبیعی می‌باشند و به غیر از متغیر افزایش اعتماد به نفس، چهار متغیر دیگر دارای تبعاتی منفی هستند؛ پس می‌توان این عامل را عامل تخریب هویت فرهنگی و منظر نام نهاد.

عامل چهارم: مقدار ویژه این عامل ۱.۹۶ است و ۹.۱۲۳ درصد از کل واریانس را تشریح می‌کند. در این عامل مجموعاً سه متغیر زیست‌محیطی (بروز و شیوع انواع بیماری‌ها، افزایش انواع آلودگی‌ها و کاهش گونه‌های گیاهی و جانوری) بارگذاری شده و همه متغیرها دارای همبستگی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

خوبی با عامل چهارم بوده و جزء اثرات منفی گردشگری محسوب می‌شوند. بنابراین، این عامل را می‌توان تحت عنوان عامل تبعات زیست‌محیطی نام‌گذاری کرد.

عامل پنجم: عامل پنجم با مقدار ویژه ۱.۴۵ قادر است ۶.۲۶ درصد از واریانس را تبیین کند. در این عامل چهار متغیر بنام‌های افزایش پس‌انداز، افزایش درآمد، تغییر و جابجایی نیروی کار (افزایش اشتغال کاذب و فصلی) و افزایش سرمایه‌گذاری‌های گردشگری در روستا، با همبستگی مثبت و بالای بارگذاری شده‌اند و با توجه به اینکه همگی این متغیرها از بعد اقتصادی بوده و بغیر از متغیر تغییر و جابجایی نیروی کار (اشتغال کاذب)، جزء اثرات مثبت گردشگری منطقه می‌باشند. بدین ترتیب، می‌توان عامل پنجم را عامل توسعه اقتصادی نام‌گذاری کرد.

عامل ششم: مقدار ویژه عامل ششم ۱.۲۰ می‌باشد که این مقدار ۴.۷۹۶ درصد از کل واریانس را محاسبه می‌کند، در این عامل چهار متغیر اقتصادی از نوع اثرات منفی بارگذاری شده که شامل افزایش قیمت زمین و کالا، افزایش هزینه‌های پاکیزگی محیط (جمع‌آوری زباله)، توزیع ناعادلانه منافع حاصل از گردشگری و افزایش هزینه‌های زندگی است و همه متغیرها دارای همبستگی خوبی با عامل ششم هستند؛ از همین روی، می‌توان این عامل را عامل اثرات افرایشی هزینه‌ها نامید.

در همین خصوص، جدول (۵) نام عوامل شش‌گانه، ارزش ویژه، درصد واریانس توضیح داده شده توسط هر عامل و درصد از کل عامل‌ها را نشان داده است. در این جدول، اثرات گردشگری در قالب عامل‌های شش‌گانه ارائه شده و سهم درصدی هریک از عامل‌ها نیز محاسبه شده است. شایان ذکر است که مجموع اثرات، ۱۰۰ فرض شده و سهم درصدی هر عامل بر این مبنا محاسبه شده است.

جدول (۵) نتایج تحلیل عوامل حول محور اصلی ۳۰ متغیر منتخب

شماره عامل	نام عامل	ارزش ویژه	درصد واریانس توضیح داده شده توسط هر عامل	درصد از کل عامل‌ها
عامل ۱	توسعه خدماتی کالبدی	۳.۹۹۶	۲۳.۰۲۶	۳۲.۷
عامل ۲	توسعه رفاه اجتماعی	۳.۶۵۱	۱۶.۹۸۹	۲۴.۲
عامل ۳	تخریب هویت فرهنگی و منظر	۲.۲۶۷	۱۰.۲۵۶	۱۴.۵
عامل ۴	تبعات زیست محیطی	۱.۹۶۸	۹.۱۲۳	۱۲.۹
عامل ۵	توسعه اقتصادی	۱.۴۵۳	۶.۲۶۹	۸.۹
عامل ۶	افزایش هزینه‌ها	۱.۲۰۴	۴.۷۹۶	۶.۸
مجموع		-	۷۰.۴۳۳	۱۰۰

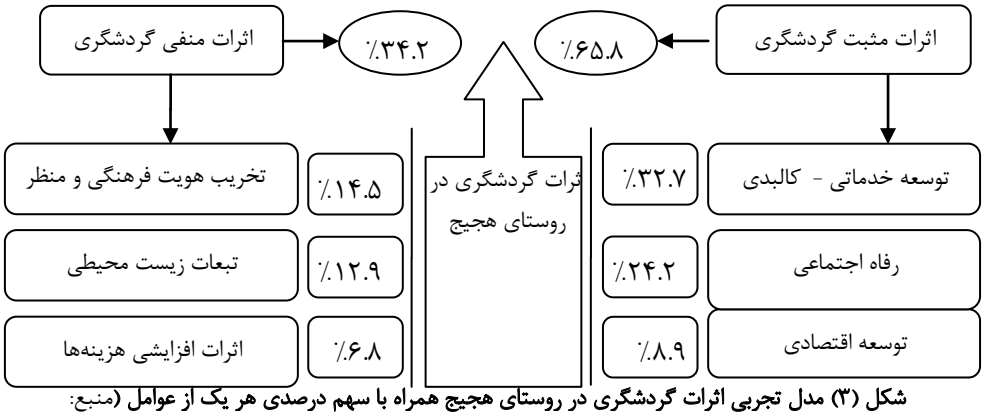
منبع: محاسبات پژوهش حاضر

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

جدول (۵) بیانگر این مطلب هست که عامل اول، عامل توسعه خدماتی- کالبدی است که با مقدار ویژه ۳.۹۹ به تنهایی ۲۳درصد از کل واریانس را تبیین نموده و ۳۲.۷ درصد از اثرات توسعه گردشگری در روستای هجیج را در بر می‌گیرد.

از آنجا که برخی از این عامل‌ها بیانگر اثرات مثبت گردشگری بر روستای هجیج و برخی دیگر نشان دهنده اثرات منفی بوده، بنابراین، اثرات مثبت و منفی عامل‌ها در قالب شکل (۲) ارائه شده و سهم درصدی هریک از عامل‌ها نیز محاسبه گردیده است. همان‌گونه که شکل (۲) نشان می‌دهد میزان اثرات مثبت گردشگری بر روستای هجیج ۶۵.۸ درصد بوده که عامل‌های توسعه خدماتی- کالبدی (۳۲.۷درصد)، رفاه اجتماعی (۲۴.۲ درصد) و توسعه اقتصادی (۸.۹ درصد) نمود پیدا کرده است. در حالی که اثرات منفی گردشگری ۳۴.۲ درصد بوده است که در قالب عامل‌های تخریب هویت فرهنگی و منظر (۱۴.۵درصد)، تبعات زیست‌محیطی (۱۲.۹ درصد) و اثرات افزایش هزینه‌ها (۶.۸ درصد) ظهور یافته است (شکل ۳).



شکل (۳) مدل تجربی اثرات گردشگری در روستای هجیج همراه با سهم درصدی هر یک از عوامل (منبع: یافته‌های پژوهش حاضر**)**

نتیجه‌گیری

در این تحقیق، اثرات گردشگری در روستای هجیج کرمانشاه، با روش تحلیل عاملی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS بررسی شده است. بدین منظور، روابط میان۳۰ متغیر و ترکیب بهینه‌ی آنها در قالب شش عامل معنادار تحلیل شده است. نتایج تحقیق نشان داد استفاده از روش تحلیل عاملی یکی از روش‌های مناسب برای تعیین چند عامل از بین متغیرهای بسیار است. نتایج به کارگیری این روش در مورد روستای هجیج نشان داد که گردشگری در این روستا اثرات قابل توجهی داشته است که بر اساس نتایج تحلیل عاملی، این اثرات در شش

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

دسته قرار گرفته است. اولین و مهم‌ترین آنها، توسعه خدماتی- کالبدی بوده که به تنهایی ۲۳ درصد از واریانس را تفسیر می‌کند و ۳۲.۷ درصد از مسائل مربوط به گردشگری روستای هجیج را تبیین می‌کند. بعد از این عامل، توسعه اجتماعی با ۱۶.۹۸ درصد از واریانس قرار دارد که با ۲۴.۲ درصد از کل تأثیرات در رده دوم قرار می‌گیرد. نابودی هویت فرهنگی و منظر در رده سوم عوامل قرار داد. عامل تخریب زیست‌محیطی نیز چهارمین عامل است. ورود گردشگران به اماکن گردشگری بیماری‌های جدید و کاهش گونه‌های گیاهی را در بر دارد که جزء عوامل منفی به حساب می‌آید. عامل پنجم که افزایش پس‌انداز، تنوع شغلی، افزایش سرمایه‌گذاری را شامل می‌شود از جمله‌ی اثرات مثبت گردشگری در روستای هجیج است. اثرات افزایشی هزینه‌ها نیز که عامل منفی محسوب می‌شود در گروه ششم قرار گرفته است. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت با توجه به تأثیرات و ابعاد گسترده گردشگری در منطقه، اثرات مثبت آن بیش از اثرات منفی بوده است (جدول ۶).

جدول (۶) اثرات مثبت و منفی گردشگری در روستای هجیج

اثرات مثبت	افزایش درآمدها، ایجاد تنوع شغلی، افزایش سرمایه‌گذاری‌ها، افزایش امکانات و خدمات آموزشی و بهداشتی، بهبود توجه نهادهای دولتی و خصوصی نسبت به توسعه گردشگری منطقه، توسعه راه ارتباطی، افزایش امکانات خدماتی و رفاهی، افزایش سطح تحصیلات، کاهش مهاجرت (برگشت مهاجران)، افزایش انگیزه ماندگاری در منطقه، افزایش اعتماد به نفس در بین مردم منطقه، تعاملات فرهنگی بین مردم بومی و گردشگران.
اثرات منفی	افزایش ترافیک، تغییر کاربری اراضی، افزایش قیمت‌ها و هزینه‌ها، بروز اختلافات و ناهنجاری‌ها، بروز انواع آلودگی‌ها و مشکلات زیست‌محیطی، آسیب مناظر طبیعی و تاریخی.

منبع: یافته‌های پژوهش حاضر

توجه به گردشگری در روستاها از آن رو اهمیت دارد که می‌توان با بهره‌گیری مناسب از سرمایه‌های طبیعی و انسانی علاوه بر امکان رشد اقتصادی، به توسعه بخش کشاورزی و تولید صنایع دستی پرداخت و گامی در مسیر بهبود شرایط زیست‌محیطی و پاسداشت مواریث فرهنگی بومی و آداب و رسوم محلی در روستاها برداشت و در عین حال، با برنامه‌ریزی و مدیریت درست، اثرات منفی گردشگری را به حداقل رساند.

این نکته را نباید از نظر دور داشت که گردشگری روستایی همچون تیغ دو دمی است که پرداختن به آن باید با آگاهی و برنامه‌ریزهای دقیق همراه باشد، در غیر این صورت، پی‌آمدهای زیانبار آن گریبانگیر جامعه روستایی و محیط زیست آن می‌شود. بنابراین، رعایت اصول توسعه پایدار برای توسعه گردشگری در فضاهای روستایی ضروری است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

گردشگری شدیداً به منابع طبیعی و انسانی به عنوان دارایی‌های یک جامعه محلی وابسته است؛ بنابراین، حفظ روش‌های سنتی زندگی و احترام به سنت‌های فرهنگی و معنوی جوامع، در کنار حفاظت از منابع معیشت و محیط زیست روستاییان ضرورتی آشکار است.

روستاهای هدف گردشگری، بخشی از نظام گردشگری هستند که به عنوان پدیده‌ای مکانی- فضایی و برخوردار از پیشینه‌ی تاریخی- فرهنگی، برآیندی از سیاست‌گذاری‌های اجتماعی- اقتصادی را به نمایش می گذارند. بنابراین، استفاده موثر و متعادل از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری، به منظور نظم‌دادن به روابط- پیوندها و کنترل پی‌آمدهای رشد و توسعه در مقصدهای گردشگری ضرورت پیدا می‌کند و با توجه به جهت‌گیری بلندمدت آن، می‌تواند در مسیر پیشرفت بسوی توسعه‌ی پایدار گردشگری هدایت شود.

بنا بر مطالعه حاضر، پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

- ✓ بهره‌گیری از قابلیت‌های بالای منطقه در جهت جذب گردشگر در فصول سرد سال با تاکید بر توسعه گردشگری ورزش‌های زمستانی (در راستای خروج از گردشگری فصلی)؛
- ✓ تقویت و بازسازی زیرساخت‌های گردشگری و ایجاد زیرساخت‌های جدید در منطقه برای افزایش کیفیت خدمات گردشگری و کاهش تنگناهای موجود؛
- ✓ ایجاد مراکز اقامتی– رفاهی و مهمانخانه‌های ارزان قیمت و خانه‌های اجاره‌ای برای اقامت گردشگران با توجه به کوتاه بودن اقامت گردشگران؛
- ✓ توجه و مداخله نهادهای مدیریتی و سازمان‌های محلی برای تدوین و اجرای قوانین و مقررات در جهت جلوگیری از آلودگی‌های زیست‌محیطی؛
- ✓ استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه برای ترویج و آموزش‌های حرفه‌ای جامعه میزبان در زمینه گردشگری از جمله، کارآفرینی مبتنی بر گردشگری، آموزش آداب و رفتار پذیرایی از گردشگران.
- ✓ تدوین ضوابط و اقدامات قانونی، به منظور حفظ میراث فرهنگی، طبیعی، مناظر و جاذبه‌های گردشگری برای ایجاد صنعت گردشگری پایدار.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

منابع و مآخذ

۱. افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین و مهدوی، داوود (۱۳۸۵)، **راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT در دهستان لواسان کوچک**، فصلنامه علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، شماره ۶، صص ۳۱- ۱.

۲. افشانی، سیدرضا، حسینی، مرتضی و رامشه، زینب (۱۳۸۴). **فرازی بر SPSS 14**، چاپ اول، انتشارات بیشه، تهران.

۳. اکبری، سعید و بمانیان، محمدرضا (۱۳۸۷). **اکوتوریسم روستایی و نقش آن در توسعه پایدار روستای کندوان»**، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۱، شماره ۱، صص ۱۵۰- ۱۳۱.

۴. تقوایی، مسعود و شفیعی، پروین (۱۳۸۸) .**کاربرد تحلیل عاملی و خوشه‌ای در ارزیابی فضایی- مکانی مناطق روستایی اصفهان**، مجله اقتصاد و توسعه، سال هفدهم، شماره ۶۸، صص ۶۸-۵۷.

۵. تقوایی، مسعود و قائد رحمتی، صفر (۱۳۸۵). **تحلیل شاخص‌های توسعه فرهنگی استان‌های کشور**، دو فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۷، صص ۱۳۲-۱۱۷.

۶. حسین‌زاده دلیر، کریم و حیدری چیانه، رحیم (۱۳۸۲). **توریسم در ایران، چالش‌ها و امیدها**، دو فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱، صص ۴۹-۲۳.

۷. دادورخانی، فضیله و نیک سیرت، مسعود (۱۳۸۹). **برنامه‌ریزی راهبردی طبیعت‌گردی در روستاهای نواحی بیابانی: مطالعه موردی روستای خرانق- شهرستان اردکان، استان یزد**، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، شماره ۴، صص ۶۱- ۴۳.

۸. رضایی، روح‌اله، حسینی، سید محمود، رنجبران، پریسا و صفا، لیلا (۱۳۹۰). **ارزیابی اثرات منفی گردشگری در روستای ابیانه استان اصفهان با استفاده از مدل تحلیل عاملی**، فصلنامه فضای گردشگری، سال اول، شماره ۱، صص ۴۰-۲۷.

۹. رضایی، روح‌اله؛ شریف زاده، ابوالقاسم و اسدپاسکی، امیر (۱۳۹۱). **واکاوی پیامدهای منفی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین: مطالعه موردی روستای گازرخان**، مجله مسکن و محیط روستا، دوره ۳۱، شماره ۱۳۷، صص ۹۶-۸۳ .

۱۰.رضوانی، بهنام (۱۳۸۳). **طرح ساماندهی خدمات گردشگری محور اورامانات- کردستان**، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کردستان، سنندج.

۱۱.رضوانی، محمدرضا و بیات، ناصر (۱۳۹۲). **تحلیل جایگاه گردشگری روستایی در برنامه‌های کلان توسعه کشور با تاکید بر برنامه‌های پنج ساله توسعه ملی**، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. دوره ۱، شماره ۴، ۲۰۵- ۱۸۵.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

۱۲.زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵). **مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار**، چاپ اول، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

۱۳.سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۷۸). **روش‌های تحقیق در علوم رفتاری**، چاپ شانزدهم، نشر آگاه، تهران.

۱۴.شارپلی، ریچارد جولیا (۱۳۸۰). **گردشگری روستایی**، ترجمه رحمت‌الله منشی‌زاده و فاطمه نصیری، چاپ اول، نشر منشی، تهران.

۱۵.شریف‌زاده، ابوالقاسم و مرادنژاد، همایون (۱۳۸۱). **توسعه پایدار و توریسم روستایی**، ماهنامه اقتصادی جهاد، شماره ۲۵۱، صص ۶۸-۵۲.

۱۶.ضرابی، اصغر و تبریزی، نازنین (۱۳۹۰). **تعیین سطح توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان مازندران- رویکرد تحلیل عاملی**، فصلنامه جغرافیایی آمایش محیط، شماره ۱۲، صص ۷۷-۶۳.

۱۷.قادری، زاهد (۱۳۸۳). **اصول برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی**، چاپ اول، انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، تهران.

۱۸.قاسمی، ایرج (۱۳۸۸). **برنامه‌ریزی کالبدی حوزه‌های گردشگری روستایی**، چاپ اول، انتشارات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی.

۱۹.کلانتری، خلیل (۱۳۸۷). **پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی- اقتصادی**، انتشارات فرهنگ صبا، چاپ چهارم، تهران.

۲۰.کینی، پال آر. و کولین د. گری (۱۳۷۷). **کتاب آموزشی SPSS در محیط ویندوز**، ترجمه علیرضا منتظری، چاپ اول، انتشارات نشر علوم، تهران.

۲۱.غنیان، منصور؛ خانی، فضیله و بقایی، لیلا (۱۳۹۰). **ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی: مطالعه موردی منطقه اورامان**، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۲، شماره ۷، صفحه ۱۲۳-۹۹.

۲۲.محمدی، سعدی (۱۳۹۰). **توسعه روستایی و توسعه گردشگری**، فصلنامه سپهر، سال بیستم، شماره ۷۸، صص۱۰۱-۹۳.

۲۳.مرکز آمار ایران (۱۳۹۰). **سرشماری عمومی نفوس و مسکن، سال ۱۳۹۰**، استان کرمانشاه.

۲۴.موسوی، میر نجف و حکمت نیا، حسن (۱۳۸۴). **تحلیل عاملی و تلفیق شاخص‌ها در تعیین عوامل موثر بر توسعه انسانی نواحی ایران**، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۶، صص ۶۹- ۵۵.

۲۵.مومنی، منصور و فعال قیومی، علی (۱۳۸۶). **تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS**، انتشارات کتاب نو، تهران.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

Andereck, K. and Vogt, C. (2000). ***The Relationship between Residents Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options***, Journal of Travel Research, 3 (39), PP. 27-36.

Cawley, M. (2008). ***Integrated Rural Tourism***, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 2, pp. 316–337.

Ghaderi, Z. and Henderson, J. C. (2012). ***Sustainable Rural Tourism in Iran: A Perspective from Hawraman Village***, Tourism Management Perspectives, 2-3, pp. 47- 54.

Hall, C. M. and Page, S. (2006). ***The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space***. Routledge: Third Edition.

Holland, G., Burian, M. and Dixey, L. (2003). ***Tourism in Poor Rural Areas: Diversifying the Product and Expanding the Benefits in Rural Uganda and the Czech Republic***, PPT working paper, No. 12.

Hwang, J. H. and Lee, S. W. (2015). ***The Effect of the Rural Tourism Policy on Non-farm Income in South Korea***, Tourism Management, 46, pp. 501- 513.

Iorio, M. and Corsale, A. (2009). ***Rural Tourism and Livelihood Strategies in Romania***, Journal of Rural Studies, xxx.

Oliviera Roca, M. D. N., Oliviera, J., Roca, Z. and Costa, L. (2012). ***Second Home Tourism in the OESTE Region, PORTUGAL: Features and Impacts***, Europian Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 3, Issue 2, pp. 35- 55.

Risteski, M., Kocevski, J. and Arnaudov, K. (2012). ***Spatial Planning and Sustainable Tourism as Basis for Developing Competitve Tourist Destinations***, Procedia – Social and Behavioral Sciences 44, pp. 375-386.

Roberts, L. and Hall, D. R. (2001).***Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice,*** CABI Publishing, Wallingford, Oxfordshire.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]

Saleh, T. and A., Eben (2002). ***A transformation in the vernacular landscape of highlands of southwestern Saudi Arabia***, International Journal of Environmental Studies, Vol. 59 (1), pp. 33-58.

Williams, S. (2009). ***Tourism Geography: A New Synthesis***, London, Routledge.

World Tourism Organization (2008).***Tourism Highlights***, (2008 Ed), Madrid: World tourism organization.

Yulitrisna Dewi, L. K. (2014). ***Modeling the Relationships between Tourism Sustainable Factor in the Traditional Village of Pancasari***, Procedia (Social and Behavioral Sciences), 135, pp. 57- 63.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1394.15.36.11.7]