



Research Paper

Application of an Integrated Analytical Framework for Identifying Smart Agricultural Tourism Development Strategies in Kermanshah Province

Amirhossein Alibaygi^{a*} , Masoumeh Taghibaygi^a 

^a Department of Agricultural Extension and Education, College of Agriculture & Nature Resources, Razi University, Kermanshah, Iran.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 12 October 2025

Revised: 15 November 2025

Accepted: 22 November 2025

Keywords:

Agritourism
Economic growth
Meta-SWOT Technique
Smart tourism
Sustainable rural development

ABSTRACT

Rural areas possess significant agricultural and cultural potential but often encounter structural challenges. Smart agricultural tourism can help address these issues by establishing a systematic connection between farming practices and tourism while utilizing technology-based solutions. However, the widespread adoption of this technology faces significant challenges. This research aims to develop strategies for enhancing smart agricultural tourism in Kermanshah Province, employing the Meta-SWOT analytical framework. The study is descriptive-analytical, with data collected through interviews and questionnaires. Eighteen experts from the agricultural and tourism sectors in the province were purposively selected as participants. The findings indicate that the province's key resources and capabilities for advancing smart agricultural tourism include: "a large number of agricultural land users," "a diverse range of agricultural, livestock, horticultural, and fisheries activities," and "the presence of specialized and experienced human resources in agriculture." Additionally, the analysis of environmental factors revealed significant obstacles to the development of smart agricultural tourism in the province, including insufficient and inadequate training for farmers regarding the benefits of smart agricultural tourism, climate change and natural disasters such as prolonged droughts and water scarcity, and the aging population of farmers. Based on the strategic plan, three crucial strategies for promoting digital agriculture have been proposed: creating a network of smart ethnic-agricultural festivals that leverage ethnic and cultural diversity; establishing a specialized accelerator for smart agricultural tourism utilizing the resources of knowledge-based companies; and developing a living laboratory for smart tourism by drawing on the capabilities of innovation centers. It is recommended that, in addition to enhancing infrastructure, comprehensive planning be implemented to educate and familiarize farmers with agricultural tourism. This education can be facilitated through training programs, digital learning resources, and mass media to make these initiatives more effective.

1. Introduction

Agritourism is a growing industry with significant potential for development. It is defined as visiting a working farm or another agricultural setting for enjoyment, education, or participation in farm activities. Over the years, tourism has undergone many changes and developments, which have accelerated in recent decades due to advancements in technology. One of the notable trends in recent years is "smartization," which refers to the integration of smart technologies into tourism. Smart agricultural tourism combines information and communication technology with agritourism. By creatively blending smart technologies with practical experiences, this form of tourism aims to create authentic and meaningful experiences while promoting sustainable environmental development. It seeks to add value for all stakeholders by establishing direct connections between tourists and rural communities, including farmers. Given the crucial role of tourism in contributing to a country's GDP, the thoughtful application of these innovative technologies has the potential to significantly strengthen both local and international economies. Agritourism plays an essential role in optimizing tourism resources, enhancing the quality of life for both tourists and host communities, and serving as an effective tool for promoting the sustainable development of tourism destinations. Given its numerous benefits, the importance of smart agricultural tourism in shaping the future of the tourism industry is evident. Therefore, this study was conducted to identify strategies for developing smart agricultural tourism in Kermanshah Province.

* Corresponding author: Professor. Department of Agricultural Extension and Education, College of Agriculture & Nature Resources, Razi University, Kermanshah, Iran
E-mail address: baygi1@gmail.com
<https://doi.org/10.22034/iaeej.2026.552829.1883>

2. Methodology

The philosophical framework of this research is interpretive-positivist, employing a qualitative approach to gather farmers' perspectives and a quantitative approach to examine their mindsets using the Q-method. The Q-method represents a mixed-methods design that integrates descriptive and analytical statistics, enabling the identification of diverse viewpoints as well as the assessment of consensus levels among farmers. Mental models serve as a descriptive decision-making theory, explaining how farmers make choices based on their understanding of the environment in which they operate. Qualitative data were collected using a researcher-developed guideline through in-depth interviews with farmers in the severely drought-affected areas of Basht County, specifically targeting those with substantial knowledge and experience in cultivating water-intensive crops. A purposive sampling strategy was employed, selecting a critical subset of 32 farmers through a judgmental approach. In the subsequent quantitative phase, the statements derived from these qualitative interviews were analyzed with the participation of 20 expert farmers using the Q-method. This method involves five phases: (1) generating a set of Q statements, (2) selecting participants to sort these statements, (3) sorting the Q statements, (4) performing Q factor analysis, and (5) accurately interpreting the resulting factors. All of these phases were comprehensively implemented in this study.

3. Results

The key objectives for developing smart agricultural tourism include improving service quality and enhancing customer satisfaction; creating supplementary and sustainable income sources for farmers and local communities; generating sustainable employment opportunities and preventing rural migration; empowering local communities, particularly women; and diversifying the regional economy while reducing reliance on single-crop agriculture. Experts identify several internal resources and strengths of rural areas in Kermanshah Province that are vital for developing smart agricultural tourism. These include a large number of agricultural producers and extensive farmland; diversity in agricultural, livestock, and horticultural activities; a strong position in the production of certain agricultural products; and access to specialized and experienced agricultural human resources. Kermanshah Province ranks higher in resources and capabilities for developing smart agricultural tourism compared to Ilam, Lorestan, and Kurdistan provinces, and is roughly on par with Hamedan Province. Respondents noted that climate change and natural disasters, such as prolonged droughts and water scarcity, significantly affect the development of smart agricultural tourism. The likelihood of these challenges worsening in the future is high, making it urgent to address them as major obstacles to achieving sustainable development. A total of 17 strategies were identified for advancing smart agricultural tourism. Prioritizing these strategies based on their significance revealed that, according to experts, the top three strategies are: holding periodic smart ethnic-agricultural festivals that leverage ethnic and cultural diversity; establishing a specialized smart agricultural tourism accelerator utilizing the resources of knowledge-based companies; and creating a smart tourism site by harnessing the capabilities of innovation centers. These strategies carry the highest importance and should be prioritized in planning for the development of smart agricultural tourism.

4. Discussion

The results indicate that developing smart agricultural tourism is essential for several important goals. Recent studies highlight how mismanagement in the agricultural sector has negatively impacted productivity in rural areas. Issues such as reliance on outdated technologies, the prevalence of traditional agricultural practices, limited production resources, and technological stagnation have contributed to this decline. Additionally, reduced precipitation and declining groundwater levels, coupled with inequalities between urban and rural areas, have resulted in a concentration of facilities in cities and diminished the appeal of rural areas for young people. Consequently, low economic growth and decreased income levels in rural regions have created disincentives that affect food security. Global experiences demonstrate that smart agricultural tourism, which leverages digital technologies, can effectively address challenges in the agricultural and rural sectors. These technologies provide sustainable income streams that are not reliant on monoculture. Moreover, smart agricultural tourism enhances farmers' profits by reducing the role of intermediaries. By attracting tourists year-round, this approach can stimulate the rural economy and encourage reverse migration. Experts point out that a significant barrier to the development of smart agricultural tourism is the lack of knowledge among farmers, particularly among elderly and illiterate farmers, alongside insufficient training provided by relevant institutions. The absence of emphasis on smart agricultural tourism in strategic documents and general development policies, combined with the lack of dedicated budgets for improving and facilitating necessary infrastructure, has hindered the adoption and growth of these technologies. Additionally, the high costs associated with acquiring new technologies and their capital-intensive nature have made the target community hesitant to adopt these innovations. Many farmers are unfamiliar with the benefits that such technologies can provide. However, the findings suggest that by implementing the proposed strategies, it is possible to foster the development of smart agricultural tourism.

5. Conclusion

Kermanshah Province is characterized by its rich cultural heritage, ethnic diversity, and significant agricultural potential, making it a prime candidate to become a hub for smart agricultural tourism in western Iran. However, the development of the area faces structural challenges such as water scarcity, lack of integrated digital infrastructure, and weaknesses in macro-planning systems. To overcome these obstacles, it is essential to implement strategies that leverage technology and invest in local culture while empowering the community. This approach can pave the way for sustainable socio-economic development in the province. Key to this transformation is an innovative and integrated system in which digital technologies facilitate communication between indigenous culture, sustainable agriculture, and the tourism industry. Successfully implementing this development model will not only create sustainable employment and income opportunities for the local population but also strengthen social cohesion and protect the rich cultural and natural heritage of the province. This intelligent approach, which bridges tradition and innovation, will provide a balanced development framework for the region and serve as a model for other areas in the country seeking to utilize technology for sustainable growth. By harnessing local capacities and investing in digital infrastructure, Kermanshah Province can emerge as a successful example of regional development centered on smart agricultural tourism. In this way, the local economy can flourish, authentic cultural practices can be preserved, and the environment can be safeguarded for future generations. To achieve this vision, it is crucial to eliminate existing barriers and fully recognize the province's capabilities.

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه

امیرحسین علی بیگی^{۱*} و معصومه تقی بیگی^۲

(دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۲۰؛ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۱)

چکیده

نواحی روستایی با وجود ظرفیت‌های متعدد کشاورزی و فرهنگی عموماً با چالش‌های ساختاری مواجه هستند. گردشگری هوشمند کشاورزی با ایجاد پیوند نظام‌مند بین دو بخش کشاورزی و گردشگری و به‌کارگیری راهکارهای مبتنی بر فناوری، نقش بسزایی در خروج از این چالش‌ها ایفا می‌کند؛ اما نفوذ این فناوری در بین کشاورزان اندک است. این پژوهش با استفاده از چارچوب تحلیلی *Meta-SWOT* به شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه پرداخته است. این پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی انجام شد و داده‌ها از طریق مصاحبه و تکمیل پرسشنامه گردآوری گردید. افراد مشارکت‌کننده در این پژوهش شامل ۱۸ نفر از خبرگان بخش کشاورزی و گردشگری استان بودند که به‌صورت هدفمند و بر اساس معیارهای مشخص انتخاب شدند. نتایج نشان داد مهم‌ترین منابع و قابلیت‌های استان برای توسعه این نوع گردشگری شامل "وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی و اراضی زراعی"، "تنوع فعالیت‌های کشاورزی، دامی، باغی" و "وجود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در زمینه کشاورزی" است. نتایج بررسی عوامل محیطی نشان داد که "عدم ارائه آموزش‌های کافی و مناسب برای کشاورزان در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی و مزایای آن"، "تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی مانند خشکسالی‌های طولانی‌مدت و مشکل کم آبی" و "مسن بودن کشاورزان" با بیشترین میزان قدرت و تأثیرگذاری به عنوان موانع توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی استان شناخته شدند. بر اساس نقشه راهبردی، سه راهبرد مهم توسعه این نوع گردشگری، "برگزاری دوره‌های جشنواره‌های هوشمند قومی-کشاورزی با استفاده از تنوع قومی و فرهنگی"، "ایجاد شتاب‌دهنده تخصصی گردشگری هوشمند کشاورزی با استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان" و "ایجاد آزمایشگاه گردشگری هوشمند با استفاده از قابلیت‌های مرکز نوآوری" می‌باشد. این پژوهش پیشنهاد می‌کند که ضمن تسهیل زیرساخت‌ها، برنامه‌ریزی لازم برای آموزش و آشنا کردن کشاورزان با گردشگری کشاورزی و هوشمندسازی آن، از طریق برنامه‌ها و نرم‌افزارهای آموزشی و همچنین رسانه‌های پرمخاطب انجام شود.

کلیدواژه‌ها: توسعه پایدار روستایی، تکنیک *Meta-SWOT*، رشد اقتصادی، گردشگری کشاورزی، گردشگری هوشمند.

^۱ استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

^۲ پسا دکتری آموزش کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

* نویسنده مسئول، پست الکترونیک: baygi1@gmail.com

کشاورزی به عنوان یکی از بخش‌های مهم اقتصادی کشور، تأمین‌کننده غذای مورد نیاز مردم و مواد اولیه صنایع است (کریمی و همکاران، ۱۴۰۰). با این حال، فعالیت‌های کشاورزی همواره با ریسک‌های پرشمار و متفاوتی روبه‌رو بوده است. ویژگی ریسک‌پذیر بودن فعالیت‌های کشاورزی سبب شده است که کشاورزان درآمدهای پایدار و مکفی نداشته باشند و این مساله در سال‌های اخیر به دلیل تشدید بلایای طبیعی، کم‌آبی و نوسان‌های بازار بیش از پیش برجسته شده است (فارغ و رضایی، ۱۴۰۳). به طوری که کشاورزی سنتی دیگر نمی‌تواند پاسخگوی مسائل اقتصادی خانوار باشد و چالش‌هایی مانند بیکاری و مهاجرت که در سال‌های اخیر در حال افزایش بوده است، پاسخی نامناسب از سوی روستاییان و کشاورزان به شرایط ایجاد شده است (Hubner et al., 2024).

برای حل این مسائل و مشکلات، کشاورزان نیاز به درآمد مکمل دارند. پژوهش‌ها نشان داده است که این درآمد می‌تواند از طریق گردشگری کشاورزی حاصل شود (Rosario & Dias, 2024 ; Myrovali et al., 2024 ; Thakur et al., 2023 ; Singha et al., 2025; Alsharif et al., 2024). گردشگری کشاورزی یکی از صنایع در حال رشد است که پتانسیل بالایی برای توسعه دارد (Huo et al., 2024). این نوع گردشگری به عنوان بازدید از یک مزرعه فعال یا سایر محیط‌های کشاورزی برای لذت، آموزش یا مشارکت در فعالیت مزرعه تعریف می‌شود (Hubner et al., 2024). رونق گردشگری کشاورزی نه تنها گامی به سوی حفظ کشاورزی سنتی است، بلکه فرصت‌هایی را برای اشتغال و جایگزینی شغل‌های گردشگری به جای فعالیت‌های کشاورزی فراهم می‌کند (کریمی و همکاران، ۱۴۰۰). ارتباط کشاورزی با گردشگری هم‌افزایی طبیعی ایجاد می‌کند که در نهایت منجر به توسعه اقتصادی، افزایش درآمد مزرعه، ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه روستایی می‌شود (Revollo-Fernandez et al., 2024 ; Jenkins, 2014). این نوع گردشگری به عنوان یک صنعت ایجاد ثروت و خلق ارزش، فرصت‌های کارآفرینی فراوانی را در دل خود جای داده است، به طوری که در حوزه اقتصادی به متنوع‌سازی کشاورزی کمک می‌کند و به عنوان یک منبع درآمد تکمیلی برای کشاورزی محسوب می‌شود. این صنعت با خلق فرصت‌های شغلی تازه در مناطق روستایی، نقش مؤثری در کاهش فقر، بیکاری و مهاجرت دارد. علاوه بر این، از بعد محیط زیستی نیز به حفاظت از اکوسیستم‌ها و زمین‌های کشاورزی یاری می‌رساند (Boraste, 2022; Varotsis, 2022). به طور کلی می‌توان گفت گردشگری کشاورزی با ترکیب گردشگری و کشاورزی، اقتصاد و پایداری روستا را تقویت می‌کند (Zu, 2025).

گردشگری همیشه دچار تغییر و تحولات زیادی بوده و این تغییرات در طی دهه‌های گذشته به دلیل رشد فناوری افزایش یافته است. در چند سال اخیر، گردشگری تحت تأثیر رویکردهای گوناگونی از جمله هوشمندسازی قرار گرفته است. هوشمندسازی در نتیجه تحولات نظام جهانی با رشد فناوری نمود پیدا کرده است (عناستانی و بارانی علی‌اکبری، ۱۴۰۳). گردشگری هوشمند کشاورزی، تلفیقی از فناوری اطلاعات و ارتباطات با گردشگری کشاورزی می‌باشد (Alsharif et al., 2024; Hubner et al., 2024). این نوع گردشگری با تلفیق خلاقانه فناوری‌های هوشمند و تجارب عملی، از طریق ایجاد ارتباط مستقیم بین گردشگران با جوامع روستایی و کشاورزان، به دنبال خلق تجربه‌های اصیل و عمیق، توسعه محیطی پایدار و ایجاد ارزش افزوده برای ذی‌نفعان است (Hubner et al., 2024 ; Alsharif et al., 2024 ; Rocha, 2021).

گردشگری هوشمند کشاورزی، با استفاده از فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی (RealityVirtual) برای بازدید مجازی از مزارع یا بهره‌گیری از راهنمای هوش مصنوعی (Artificial Intelligence) که بر اساس داده‌های محیطی توضیحات شخصی‌سازی شده ارائه می‌دهد، تجربه‌ای غنی برای گردشگران خلق می‌کند (Egbengwu et al., 2025). این فناوری‌ها به گردشگران کمک می‌کند تا سفر خود را بهتر برنامه‌ریزی کنند و از تجربه‌های شخصی‌تر و متناسب با نیازهای خود بهره‌مند شوند (Chen et al., 2024). با بهره‌گیری از سکوه‌های برخط (Online Platforms) گردشگران می‌توانند به صورت مستقیم با کشاورزان ارتباط برقرار کنند، پرسش‌های خود را مطرح نمایند و حتی سفارش خرید محصولات تازه یا ارگانیک را ثبت کنند. این ارتباط مستقیم به بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان کمک می‌کند (Wang et al., 2020).

با توجه به نقش محوری گردشگری در کمک به تولید ناخالص داخلی یک کشور، کاربرد هوشمندانه این نوآوری‌های انقلابی، پتانسیل تقویت قابل توجه اقتصادهای محلی و بین‌المللی را دارد (Rosario & Dias, 2024). این صنعت نقش مهمی در به

حداکثر رساندن استفاده از منابع گردشگری، بهبود کیفیت زندگی گردشگران و ساکنان میزبان ایفا می‌کند (Susanti et al., 2023) و می‌تواند ابزاری مؤثر برای ارتقا توسعه پایدار مقاصد گردشگری باشد. بنابراین با توجه به مزایای بی‌شماری که گردشگری هوشمند کشاورزی دارد بر اهمیت آن در شکل‌دهی به آینده گردشگری تأکید شده است (Ye et al., 2021). در این راستا، مطالعه سازمان جهانی گردشگری ملل متحد (The United Nations World Tourism Organization) نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی با استفاده از فناوری‌های هوشمند در دهه گذشته ۱۵ درصد رشد داشته است (Jin et al., 2024). کشورهایی مانند هلند، استرالیا، آلمان، سنگاپور، چین و کره جنوبی در حال حاضر سیاست‌های خود را به سمت ایجاد زیرساخت‌های فناوری برای گردشگری هوشمند سوق داده‌اند و مزایای بالقوه فناوری‌های هوشمند گردشگری را در بازاریابی و مدیریت مقصد نشان داده‌اند (Alsharif et al., 2024).

در ایران و به‌خصوص استان کرمانشاه، به عنوان یکی از استان‌های شناخته شده در زمینه کشاورزی، حتی فعالیت‌های گردشگری کشاورزی نیز چندان مورد توجه قرار نگرفته و بین کشاورزان و گردشگران شناخته شده نیست. استان کرمانشاه به عنوان یکی از خاستگاه‌های مهم کشاورزی و تمدنی ایرانی دارای ۸۶ دهستان و ۲۵۹۸ روستا است. ۲۶ درصد از جمعیت کرمانشاه روستایی می‌باشد. از آنجا که هر روستا به عنوان یک واحد تولیدی زراعی، باغی و دامی تلقی می‌شود که ظرفیت قابل توجهی برای گردشگری کشاورزی فراهم می‌آورد. استان کرمانشاه دارای ۹۴۹۱۸۰ هکتار اراضی زراعی و باغی و چهار میلیون و ۶۱۳ واحد دامی فعال است که ظرفیت عظیم گردشگری کشاورزی استان کرمانشاه را نشان می‌دهد. علاوه بر این، در این استان، حدود ۱۰۰ هزار هکتار گونزار وجود دارد که عملیات فرآوری کتیرا (محصولی که از گون به دست می‌آید و کاربردهای درمانی و صنعتی بسیار دارد)، به عنوان یک جاذبه گردشگری در حوزه کشاورزی مطرح است. بهترین نخود ایران را می‌توان از کشتزارهای استان کرمانشاه برداشت کرد که یک سوم تولید کشور را تشکیل می‌دهد. استان کرمانشاه دارای ۱۴ روستای گردشگری، ۴۲۰۰ اثر ملی ثبت‌شده و یک اثر ثبت‌شده جهانی است که نشان‌دهنده استعداد بالای کرمانشاه در بخش گردشگری است. در اقلیم‌های مختلف استان کرمانشاه محصولات شاخصی وجود دارند که می‌توان با معرفی آن‌ها زمینه جذب گردشگر به استان را فراهم کرد. همچنین سازمان جهاد کشاورزی کرمانشاه در یک طرح تحقیقاتی ۱۵ محصول شاخص در اقلیم‌های مختلف استان را شناسایی کرده است که توانایی برنوسازی و جذب گردشگر را دارند. با این حال بررسی‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که جشنواره برداشت انار پاره و گیلاس صحنه به‌صورت سالیانه برگزار می‌شود و جشنواره نخود نیز تنها یک‌مرتبه در سال ۱۴۰۲ در استان برگزار شده است. می‌توان گفت استان کرمانشاه یکی از استان‌هایی است که دارای پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بالقوه فراوانی در راستای گردشگری کشاورزی است و به اعتقاد دولت‌مردان، کشاورزی بزرگ‌ترین فرصت کرمانشاه برای اشتغال‌زایی و کسب درآمد است که با مدیریت برنامه‌ریزی‌شده و تبلیغات حرفه‌ای دستیابی به این مهم به عنوان مکمل اقتصاد روستایی امکان‌پذیر است. با این حال، استان کرمانشاه در سال‌های اخیر با مشکلاتی چون فقر، نابرابری‌های موجود، فروش اراضی زراعی، فروش دام، تغییر کاربری اراضی و کاهش فعالیت‌های کشاورزی به دلیل نبود بازار و قیمت تضمینی مواجه شده است. به‌طوری‌که شکل فعلی بخش کشاورزی در استان سبب به هم خوردن تعادل اقتصادی، فرهنگی و محیط‌زیستی در منطقه شده است. با توجه به اینکه گردشگری هوشمند کشاورزی و توسعه آن می‌تواند یکی از راهبردهای بالقوه در راستای رفع این مشکلات و افزایش سطح جذابیت این بخش باشد. چنین توسعه‌ای تأثیر مثبتی بر گسترش فرصت‌های شغلی، کارآفرینی، ایجاد درآمدهای مکمل و فقرزدایی برای روستاییان و به ویژه کشاورزان به همراه خواهد داشت و می‌تواند زمینه‌ساز پایداری اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی استان کرمانشاه شود.

مطالعات متعددی هرچند محدود در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی در داخل و خارج از کشور انجام شده است که نتایج آن‌ها نشان‌دهنده اهمیت فناوری و زیرساخت‌ها در توسعه این حوزه است. پژوهش نادری و همکاران (۱۴۰۴) با عنوان ارائه یک مدل برای توسعه پایدار گردشگری کشاورزی با تأکید بر هوش مصنوعی در شهرستان پاره پاره انجام شد. بر اساس مدل پارادایمی ارائه شده شرایط علی شامل بهره‌مندی از ظرفیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، خلاقیت و نوآوری در خدمات، پدیده محوری شامل توسعه پایدار گردشگری کشاورزی با رویکرد هوش مصنوعی، شرایط زمینه‌ای شامل زیرساخت‌های قانونی و سیاست‌گذاری، زیرساخت‌های خدماتی و امکانات حاکم، شرایط مداخله‌گر شامل محدودیت‌های فرهنگی و نگرشی، وضعیت نیروی انسانی متخصص، راهبردها شامل برگزاری دوره‌های آموزشی و متقاعدسازی، بازاریابی و سیستم اطلاع‌رسانی مناسب،

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری...

وضع قوانین حمایتی و تسهیلگر و پیامدها شامل تنوع‌بخشی به اقتصاد محلی و منابع درآمدی و معرفی برند مقاصد گردشگری کشاورزی می‌باشد.

زینتی فخرآباد (۱۴۰۴) الگویی در راستای توسعه مقصدهای گردشگری هوشمند در نواحی روستایی استان البرز انجام داد. نتایج نشان داد که توسعه گردشگری هوشمند در نواحی روستایی متأثر از چهار بعد اصلی شامل زیرساخت‌های فناورانه و ارتباطی، توانمندسازی اجتماعی و ارتقای سواد دیجیتال جامعه محلی، بازاریابی دیجیتال، شبکه‌های هوشمند خدمات گردشگری و حمایت نهادی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای است. همچنین مشخص شد که وجود اینترنت پرسرعت، نقشه‌های دیجیتال، سامانه‌های رزرو آنلاین، داده‌های مکانی و تعامل دوسویه گردشگر و جامعه محلی از عوامل حیاتی در موفقیت گردشگری هوشمند محسوب می‌شوند. نتایج این پژوهش نشان داد که روستاهای نزدیک به مراکز شهری و دارای دسترسی بهتر به شبکه‌های ارتباطی، آمادگی بیشتری برای پیاده‌سازی گردشگری هوشمند دارند.

اصلانی و همکاران (۱۴۰۳) نیز به ارائه مدل استراتژی‌های توسعه گردشگری هوشمند در ایران پرداختند. بر اساس مدل پارادیمی ارائه شده، عوامل علی شامل عوامل اقتصادی، عوامل تکنولوژیکی، عوامل زیرساختی و عوامل قانونی، شرایط زمینه‌ای شامل محیط‌زیست، عوامل اجتماعی و عوامل فرهنگی، شرایط مداخله‌ای شامل حمایت دولت و عوامل سیاسی و امنیتی، مقوله محوری شامل مقاصد هوشمند گردشگری، تجربیات هوشمند گردشگری و اکوسیستم کسب‌وکار هوشمند گردشگری، راهبردها شامل صنایع پشتیبان، اقدامات فنی و بازاریابی الکترونیکی و در نهایت پیامدها شامل پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، پایداری و سیاسی می‌باشند.

نتایج پژوهش تاکور و همکاران (Thakur et al., 2023) با عنوان گردشگری کشاورزی پایدار از طریق هوشمندسازی، نشان داد که ظهور پلتفرم‌های دیجیتال، نحوه تعامل کاربران را تغییر داده و آن‌ها را قادر ساخته است تا به طور مؤثر به اطلاعات دسترسی داشته و آن‌ها را به اشتراک بگذارند. نتایج نشان داد که اتخاذ راه‌حل‌های دیجیتال نه تنها باعث افزایش ترویج گردشگری کشاورزی می‌شود، بلکه به توسعه پایدار مناطق روستایی نیز کمک می‌کند.

لیو و گوان (Liu & Guan, 2022) در پژوهش خود به توسعه یک مدل ادغام گردشگری هوشمند برای حفظ میراث فرهنگی در روستاهای گوانگشی پرداختند. نتیجه پژوهش آن‌ها نشان داد که رویکرد هوشمندسازی به عنوان یکی از رویکردهای قابل اتکا برای توسعه گردشگری منطقه است و توسعه زیرساخت‌ها، حمایت دولت و بخش خصوصی و همراهی جامعه محلی تأثیر بسزایی دارد. همچنین، پژوهش لی‌چن و همکاران (Lee Chin et al., 2021) با عنوان نقش اینترنت اشیا در توسعه گردشگری کشاورزی هوشمند نشان داد که اینترنت اشیا می‌تواند از طریق قابلیت‌هایی نظیر بهبود پلتفرم‌های اطلاعات کشاورزی، ارائه خدمات هوشمند و ایجاد مدل جدیدی از بازاریابی گردشگری هوشمند به توسعه گردشگری کشاورزی منجر شود. در همین راستا، پژوهش وی (Wei, 2021) با عنوان توسعه اکوتوریسم روستایی و گردشگری کشاورزی با رویکرد فناورانه با استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی و اینترنت اشیا نشان داد که در صورت استفاده صحیح از زیرساخت‌های فناورانه می‌توان جذابیت این بخش از گردشگری را برای مسافران و گردشگران بالقوه افزایش داد. شن و ونگ (Shen & Wang, 2018) بر مبنای نتیجه پژوهش خود که در زمینه تأثیر اینترنت اشیا بر توسعه گردشگری کشاورزی بود، به این نتیجه دست یافتند که استفاده از این فناوری سبب افزایش جذابیت گردشگری کشاورزی و روستایی برای گردشگران و توسعه آن شده است.

مطالعات نشان می‌دهد که هوشمندسازی در بخش گردشگری موضوعی جدید در راستای توسعه پایدار در سطح جهانی می‌باشد. در چند سال اخیر با افزایش تعداد پژوهش‌ها در این زمینه، اهمیت آن در بخش گردشگری بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. در تأیید این ادعا رضوانی و همکاران (۱۴۰۳) به بررسی مقالات پژوهشی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲ در خصوص گردشگری هوشمند روستایی پرداختند. جستجوی آن‌ها در پایگاه‌های علمی مرتبط منجر به شناسایی ۵۹ مقاله شد. بر اساس یافته‌ها در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸، تعداد ۴ پژوهش، بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶، تعداد ۹ پژوهش و در دوره ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۲، تعداد ۴۶ پژوهش در سطح جهان انجام شده است. از مجموع ۵۹ مقاله شناسایی شده، تنها ۵ مورد به طور ویژه به موضوع گردشگری هوشمند روستایی اختصاص داشته است.

اگرچه گردشگری هوشمند در بسیاری از کشورها مانند آمریکا، کره جنوبی، فرانسه و اسپانیا به عنوان یک منبع درآمدی پایدار تثبیت شده است (World Tourism Organization, 2023)، اما در ایران، علی‌رغم پتانسیل‌های فراوان، از نظر توسعه عملی و

پژوهش‌های علمی در مرحله ابتدایی قرار دارد. سرآغاز پژوهش‌های گردشگری هوشمند در ایران به سال ۱۳۹۶ بازمی‌گردد. با بررسی دقیق‌تر این مطالعات، محدودیت پژوهش‌ها در حوزه گردشگری روستایی و به ویژه گردشگری کشاورزی بیش از پیش محسوس بوده و ضعف پژوهشی در این زمینه کاملاً مشهود است. محدود مطالعات انجام شده در داخل کشور در زمینه گردشگری کشاورزی و گردشگری هوشمند کشاورزی نشان از ناشناخته بودن آن در ایران و به خصوص عدم توجه به آن به عنوان مؤلفه‌ای در توسعه روستایی دارد. به عبارتی بحث گردشگری کشاورزی و به خصوص گردشگری هوشمند کشاورزی و تأثیر آن در توسعه روستایی و جنبه‌های مختلف زندگی روستاییان و کشاورزان موضوعی ناشناخته هم از لحاظ پژوهش و هم از نظر توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کشور به آن می‌باشد، شاهد این مدعا علاوه بر پژوهش‌های محدود در این زمینه، عدم برنامه‌ریزی در راستای اجرای برنامه‌ها و معرفی آن به جامعه کشاورز و گردشگر است.

مرور نظام‌مند مطالعات پیشین نشان می‌دهد که اگرچه ابعاد مختلف گردشگری هوشمند به طور پراکنده بررسی شده‌اند، اما رویکردی یکپارچه و نظام‌مند برای تحلیل نارسایی‌های راهبردی در بافت‌های بومی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش‌های داخلی (زینتی‌فخرآباد، ۱۴۰۱؛ نادری و همکاران، ۱۴۰۲) و خارجی (Thakur et al., 2023) نشان می‌دهد که موفقیت در این عرصه، تنها منوط به استقرار فناوری‌های پیشرفته (مانند هوش مصنوعی و اینترنت اشیا) محدود نمی‌شود، بلکه وجود بسترهای ضروری از جمله زیرساخت‌های قانونی و حمایتی، توانمندسازی و مشارکت جامعه محلی و بازاریابی هوشمند به عنوان عوامل مکمل نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کنند. با این حال، شکاف مهم که در این مطالعات مشاهده می‌شود تمرکز غالب بر ارائه مدل‌های کلان و نظری است و کمتر به ارائه راهکارهای عملیاتی و بومی‌شده برای بافت‌های جغرافیایی-فرهنگی خاص پرداخته شده است، از طرفی پژوهش‌های موجود فاقد یک چارچوب تحلیلی یکپارچه برای شناسایی نظام‌مند علل ریشه‌ای نارسایی‌ها در مرحله اجرا و راهبردگذاری هستند. مطالعه حاضر با عطف به این شکاف، در پی کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه است تا به بررسی نارسایی‌های موجود پرداخته و راهبردهای توسعه را نه به صورت مجزا، بلکه در قالب یک نظام به هم پیوسته ارائه نماید. بر این اساس پژوهش حاضر با هدف شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه انجام شد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی-تحلیلی و با هدف شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه با استفاده از تکنیک Meta-SWOT انجام شد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی است. گردآوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه انجام گرفت. در مصاحبه‌ها از سؤالات باز استفاده شد تا امکان تبیین عمیق‌تر دیدگاه‌های خبرگان فراهم گردد. پرسشنامه مبتنی بر مراحل پنج‌گانه متاسوات و شامل مقیاس‌های وزن‌دهی و اولویت‌بندی بود. جامعه مشارکت‌کنندگان شامل ۱۸ نفر از خبرگان بخش کشاورزی و گردشگری استان بود. روایی محتوایی پرسشنامه با تأیید پنج‌تن از اساتید متخصص در حوزه‌های گردشگری به دست آمد. انتخاب افراد به صورت هدفمند-معیاری (معیار انتخاب افراد داشتن دانش، اطلاعات و فعالیت‌های اجرایی و تجربه در زمینه هوشمندسازی، گردشگری و محیط روستا، داشتن دید کلان و فرا استانی، داشتن سابقه مدیریت و فعالیت اجرایی در منطقه غرب کشور) بود. به منظور شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بر اساس پنج مرحله تکنیک Meta-SWOT اقدام شد که در ادامه روند انجام مراحل پژوهش ارائه می‌گردد.

نخستین گام، تعیین اهداف توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی با مراجعه به نمونه تحقیق بود. از این‌رو، با طرح یک سؤال باز از مشارکت‌کنندگان خواسته شد مقاصد و دستاوردهایی را که این نوع گردشگری باید به طور همزمان و یکپارچه در استان کرمانشاه دنبال کند، بیان کرده و اولویت هر یک را در سطوح بالا، متوسط یا کم مشخص سازند. پاسخ‌ها پس از تحلیل محتوا و اولویت‌بندی، به نرم‌افزار متاسوات وارد شد. پس از آن منابع و قابلیت‌های داخلی استان شناسایی شد. برای این منظور، طی مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته از خبرگان خواسته شد که مهم‌ترین عوامل داخلی و کلیدی را معرفی و به هر یک بر اساس اهمیت، نمره‌ای از ۱ تا ۱۰ اختصاص دهند.

دومین گام، ترسیم نقشه رقابتی استان در مقایسه با استان‌های رقیب بود. به عبارتی می‌توان گفت که استان کرمانشاه با سایر رقبا بر سر منابع و قابلیت‌های بالقوه و بالفعل به‌منظور توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی رقابت انجام می‌دهد. از آنجا که ماهیت کار مبتنی بر رقابت است، بایستی رقبایی که در زمینه توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی رقیب به شمار می‌روند، شناسایی شوند. رقبای استان کرمانشاه شامل استان‌های همدان، ایلام، کردستان و لرستان بودند که به‌عنوان رقبای اصلی در منطقه توسط تیم پژوهش و پس از مطالعه و مشورت با تعدادی از خبرگان گردشگری شناسایی شدند. سپس منابع و قابلیت‌های استان با رقبا مورد مقایسه قرار گرفت. بدین منظور که منطقه تحت مطالعه به لحاظ منابع و قابلیت‌های شناسایی شده نسبت به رقبا در چه وضعیتی قرار دارند. برای این منظور منابع و قابلیت‌های شناسایی شده در قالب پرسشنامه تنظیم شد و از پاسخگویان خواسته شد که وضعیت استان را از لحاظ هر یک از منابع و قابلیت‌ها در مقایسه با استان‌های رقیب یعنی کردستان، همدان، لرستان و ایلام در دو سؤال مجزا ارزیابی نمایند. فرآیند عملیاتی به این صورت بود که برای هر یک از منابع و قابلیت‌های شناسایی‌شده، دو پرسش مجزا از خبرگان مطرح گردید:

۱- ارزیابی بعد بالفعل: وضعیت کنونی بهره‌برداری و کارایی این منبع در استان را نسبت به استان کرمانشاه چگونه ارزیابی می‌کنید؟ (در یک طیف پنج‌سطحی از «بسیار پایین‌تر» تا «بسیار بالا»).

۲- ارزیابی بعد بالقوه: پتانسیل و ظرفیت توسعه آینده این منبع در استان را نسبت به کرمانشاه چگونه ارزیابی می‌کنید؟ (در همان طیف).

برای هر استان، میانگین امتیازات تمام منابع در بعد بالفعل و بالقوه، موقعیت استان را نسبت به رقبا در نقشه رقابتی مشخص نمود.

سومین گام، به ارزیابی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بر اساس کمیایی، تقلیدناپذیری و غیرقابل جایگزین پرداخته شد. در واقع این گام از تکنیک متاسوات برای پاسخ‌گویی به چالش "چگونگی تشخیص ایجاد مزیت رقابتی پایدار بین هر یک از منابع و قابلیت‌ها" می‌باشد. برای این منظور منابع و قابلیت‌های شناسایی شده در قالب پرسشنامه تنظیم و در اختیار پاسخگویان قرار داده و از پاسخگویان خواسته شد که وضعیت هر یک از منابع و قابلیت‌ها را از لحاظ سه بعد (کمیاب بودن، تقلیدناپذیری و غیرقابل جایگزینی) در طیف پنج‌تایی (بسیار موافق، موافق، خنثی، مخالف و بسیار مخالف) مشخص نمایند. داده‌های گردآوری شده وارد نرم‌افزار متاسوات شد و به این ترتیب وضعیت هر یک از منابع و قابلیت‌ها در سه بعد مشخص شد.

چهارمین گام از تکنیک متاسوات، بررسی عوامل خارجی و محیطی غیرقابل کنترل، اما ضروری جهت ارتقای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بود که به‌صورت مستقیم بر محدوده‌ی مورد مطالعه تأثیرگذار است، برای این منظور از چارچوب پستل (PESTEL) (عوامل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، تکنولوژیکی، محیطی و قانونی) استفاده شد. به عبارتی، در این مرحله در قالب یک سؤال و از طریق مصاحبه از پاسخگویان خواسته شد که عوامل محیطی (موانع) خارج از کنترل که بر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی مؤثر هستند را معرفی نمایند (عواملی که محدوده‌ی تحت مطالعه قادر به کنترل آن به‌صورت مستقیم نیست و از طرفی عواملی که برای موفقیت جهت رسیدن به هدف ضروری و حیاتی است). پس از تحلیل محتوای پاسخ‌های گردآوری شده از طریق مصاحبه، موانع شناسایی شده در قالب پرسشنامه تنظیم و از پاسخگویان خواسته شد که وضعیت هر یک از موانع را از لحاظ وزن آن‌ها (بسیار مهم، مهم، متوسط، کم‌اهمیت و بسیار کم‌اهمیت)، تأثیرگذاری هر عامل بر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی به عنوان یک مانع (بسیار قوی، قوی، متوسط، ضعیف و بسیار ضعیف)؛ احتمال افزایش آن‌ها در آینده (بسیار بالا، بالا، متوسط، پایین و بسیار پایین) و درجه اضطرار جهت بررسی میزان رفع هر عامل را در پنج سطح (طولانی‌مدت، نه خیلی فوری، فوری، خیلی فوری و بلافاصله) مشخص نمایند. داده‌های حاصل از پرسشنامه وارد نرم‌افزار متاسوات شد.

پنجمین گام از تکنیک متاسوات به تنظیم پرسشنامه بر اساس منابع و قابلیت‌ها، عوامل محیطی و اهداف شناسایی شده اختصاص داشت. از پاسخگویان خواسته شد با استفاده از تناسب راهبردی، نخست ارتباط بین هر یک از عوامل کلیدی (منابع و قابلیت‌ها) با موانع (انطباق عوامل داخلی با خارجی) و سپس ارتباط این عوامل با اهداف را بررسی کنند. به عبارتی در این مرحله از پاسخگویان خواسته شد که میزان تأثیرگذاری هر یک از منابع و قابلیت‌ها را بر عوامل محیطی (موانع) مشخص

نمایند و مشخص کنند که هر یک از منابع و قابلیت‌ها تا چه اندازه بر کاهش اثر موانع مؤثر هستند و ارتباط بین هر یک از منابع و قابلیت‌ها با اهداف به چه میزان است (بسیار ضعیف، ضعیف، تا حدودی، قوی، بسیار قوی). به عبارتی به چه میزان منابع و قابلیت‌ها اهداف مورد نظر را پشتیبانی می‌کنند؛ یعنی یکبار تناسب بین عوامل کلیدی (منابع و قابلیت‌ها) با عوامل خارجی و یکبار هم تناسب بین عوامل کلیدی (منابع و قابلیت‌ها) با اهداف توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی، سپس بر اساس تصمیم‌ها و مقایسه‌های قبلی، نرم‌افزار به صورت خودکار اقدام به تهیه نقشه راهبردی کرد. پس از ترسیم نقشه راهبردی، منابع و قابلیت‌هایی که بیشترین اثر را بر عوامل محیطی داشتند شناسایی و در اختیار تعدادی از پاسخگویان قرار داده شد. از پاسخگویان خواسته شد که بر اساس ارتباط آن‌ها راهبردهای مناسب توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی را مشخص نمایند. در نهایت پس از تدوین راهبردها، با توجه به اینکه راهبردها مستلزم صرف منابع هستند و منابع نیز محدود می‌باشند، اقدام به اولویت‌بندی هر کدام بر اساس میزان اهمیتشان شد. بدین منظور برای اولویت‌بندی راهبردها، از بین تکنیک‌های مختلفی که وجود داشت تکنیک AHP که از نوع مدل تصمیم‌گیری چند شاخصه هست، بر مبنای مقایسه زوجی به صورت سلسله مراتبی پس از تکمیل ۱۰ پرسشنامه با ۱۷ راهبرد و ۱۳۶ مقایسه دوجه‌دویی، از میان صاحب‌نظران و افراد نمونه مورد مطالعه اقدام به محاسبه وزن نسبی هر یک در نرم‌افزار Expert Choice شد.

یافته‌ها و بحث

ویژگی فردی و حرفه‌ای پاسخگویان

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل ۱۸ نفر از خبرگان بخش کشاورزی و گردشگری استان بودند. میانگین سابقه خدمت آنها ۱۷ سال و چهار ماه بود. کمترین سابقه خدمت هشت سال و بیشترین سابقه خدمت پاسخگویان ۲۹ سال بود. از نظر سطح تحصیلات، ۹ نفر دارای مدرک دکتری، ۸ نفر کارشناسی ارشد و یک نفر کارشناسی بودند. دامنه سنی مشارکت‌کنندگان بین ۳۷ تا ۵۹ سال و میانگین سنی آنها نیز ۴۶/۵ سال محاسبه شد.

شناسایی راهبردهای مناسب در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه

گام اول: تعیین اهداف

در گام نخست از تکنیک متاسوات که شناسایی اهداف توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه بود، ۲۰ هدف اصلی بر اساس نظر خبرگان شناسایی شد که از اهم آن‌ها می‌توان به "بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان"، "ایجاد درآمد مکمل و پایدار برای کشاورزان و جامعه محلی"، "ایجاد اشتغال پایدار و جلوگیری از مهاجرت روستاییان"، "توانمندسازی جامعه محلی به‌ویژه زنان و تنوع‌بخشیدن به اقتصاد منطقه" و "کاهش وابستگی به کشاورزی تک محصولی" را نام برد. نتیجه پژوهش اصلانی و همکاران (۱۴۰۳)؛ نادری و همکاران (۱۴۰۴) و تاکور و همکاران (Thakur et al., 2023) نیز در تأیید مطالب این بخش نشان داد که گردشگری هوشمند کشاورزی می‌تواند با مزایای فراوانی مانند تنوع‌بخشی به اقتصاد محلی و منابع درآمدی، توسعه پایدار مناطق روستایی همراه باشد. در این زمینه مطالعات نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر برخی سوء مدیریت‌ها در بخش کشاورزی مانند استفاده از فناوری‌های قدیمی و غلبه کشاورزی سنتی، محدودیت منابع تولید و عقب‌ماندگی‌های تکنولوژیکی در کنار کاهش نزولات جوی و کم شدن سطح آب‌های زیر زمینی و همچنین نابرابری بین شهر و روستا که سبب تمرکز امکانات در شهرها و عدم جذابیت روستاها برای جوانان شده است، بهره‌وری زراعی در نواحی روستایی را تحت تأثیر قرار داده است. به عبارتی رشد اقتصادی پایین و کاهش سطح درآمدها در نواحی روستایی باعث ایجاد یک نیروی دافعه در نواحی روستایی شده است که امنیت غذایی را تحت تأثیر قرار داده است. در این بین تجارب جهانی نشان می‌دهد که گردشگری هوشمند کشاورزی با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال تأثیر مستقیمی بر حل مسائل بخش کشاورزی و روستایی دارد. در واقع این فناوری‌ها باعث ایجاد درآمدهای پایدار و غیر وابسته به کشت‌های تک‌محصولی می‌شوند. همچنین گردشگری هوشمند کشاورزی از طریق حذف واسطه‌ها باعث افزایش سود کشاورزان می‌شود. با جذب گردشگر در تمام فصول باعث رونق اقتصاد روستا شده و مهاجرت معکوس اتفاق می‌افتد.

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری...

ه دلیل یکسان نبودن وزن اهداف شناسایی شده، با تکیه بر نظرات خبرگان، اهداف بر اساس میزان اهمیت در سه سطح بالا، متوسط و پایین اولویت بندی شدند. در جدول ۱ هر یک از اهداف بر اساس درجه اهمیت ارائه شده است. پس از تدوین اهداف و تعیین میزان اهمیت هر یک، اطلاعات وارد نرم افزار Meta-SWOT شد. هر هدف با کد Objective در سایر مراحل نشان داده می شود.

جدول ۱- اهداف تعیین شده در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه

کد	اهداف	سطح اولویت
Objective 1	توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی	اولویت بالا
Objective2	بهبود استراتژی های بازاریابی	اولویت بالا
Objective3	بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان	اولویت بالا
Objective4	ایجاد درآمد مکمل و پایدار برای کشاورزان و جامعه محلی	اولویت بالا
Objective5	ایجاد اشتغال پایدار و جلوگیری از مهاجرت روستاییان	اولویت بالا
Objective6	حفظ و معرفی میراث فرهنگی و آداب و رسوم اصیل روستایی	اولویت بالا
Objective7	توانمندسازی جامعه محلی به ویژه زنان	اولویت بالا
Objective8	ترویج کشاورزی پایدار و حفظ محیط زیست	اولویت بالا
Objective9	تبدیل شدن استان به قطب آموزشی گردشگری کشاورزی	اولویت بالا
Objective10	ارتقای جایگاه استان کرمانشاه به عنوان مقصدی پیشرو در گردشگری نوین	اولویت متوسط
Objective11	افزایش ارزش افزوده محصولات کشاورزی و دامی	اولویت بالا
Objective12	تنوع بخشیدن به اقتصاد منطقه و کاهش وابستگی به کشاورزی تک محصولی	اولویت بالا
Objective13	توسعه فرهنگ گردشگری کشاورزی	اولویت بالا
Objective14	صرفه جویی در زمان و هزینه گردشگر	اولویت متوسط
Objective15	قیمت گذاری بهتر محصولات	اولویت متوسط
Objective16	مدیریت بهتر مزرعه	اولویت متوسط
Objective17	حفظ محیط زیست و مدیریت بهتر آن	اولویت بالا
Objective18	حفاظت از چشم اندازهای طبیعی و فرهنگی منحصربه فرد	اولویت بالا
Objective19	افزایش آگاهی عمومی درباره اهمیت کشاورزی	اولویت متوسط
Objective20	تقویت تعاملات فرهنگی	اولویت بالا

گام دوم: شناسایی منابع و قابلیت های داخلی مناطق روستایی استان کرمانشاه برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی

در این مرحله ۲۰ منبع و قابلیت داخلی مناطق روستایی استان کرمانشاه برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بر اساس نظر خبرگان شناسایی گردید. مهم ترین این منابع و قابلیت ها "وجود تعداد زیاد بهره بردار کشاورزی و اراضی زراعی"، "تنوع فعالیت های کشاورزی، دامی، باغی"، "دارای رتبه برتر در تولید برخی محصولات" و "وجود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در زمینه کشاورزی" می باشد. از آنجا که این منابع و قابلیت ها از وزن و اهمیت یکسانی برخوردار نبودند، بنابراین بر اساس میزان تأثیری که می توانند در جهت دستیابی به هدف (توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی) داشته باشند، توسط خبرگان وزن دهی شدند. جدول ۲ نشان دهنده منابع و قابلیت های داخلی استان برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی است. لازم به ذکر است هر منبع و قابلیت با کد (Resource and Capabilities (RC در سایر مراحل نشان داده شده است.

پس از شناسایی منابع و قابلیت های داخلی استان در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی که از طریق مصاحبه با افراد صاحب نظر مشخص گردیدند و تحلیل محتوای کیفی داده های حاصل از مصاحبه، در مرحله بعد وضعیت استان کرمانشاه با رقبای خود از نظر منابع و قابلیت های مؤثر بر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بررسی شد (جدول ۳).

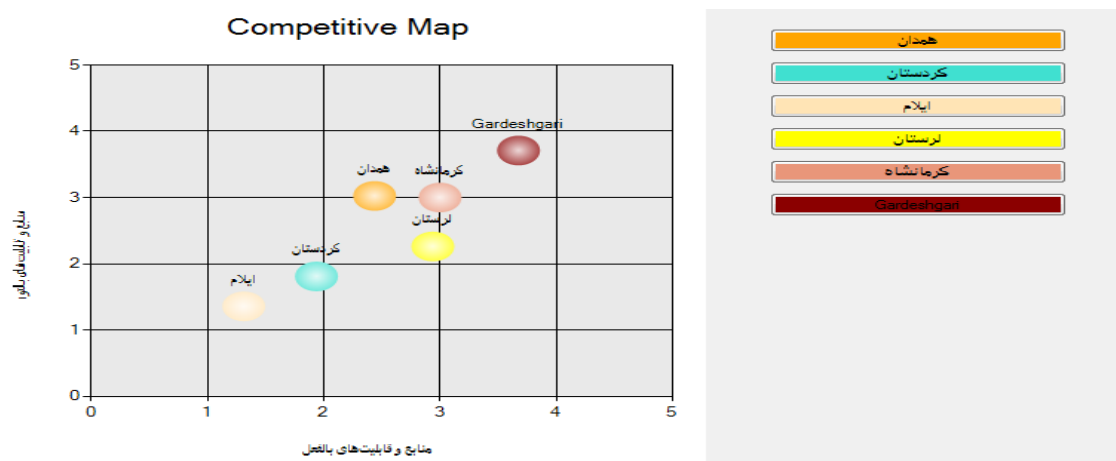
پس از شناسایی منابع و قابلیت های داخلی استان کرمانشاه و مقایسه ی آن با استان های رقیب، در گام بعدی نقشه رقابتی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی استان کرمانشاه با استان های رقیب ترسیم شد (نگاره ۱).

جدول ۲- منابع و قابلیت‌های داخلی مناطق روستایی استان کرمانشاه در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان

وزن	منابع و قابلیت‌ها	کد
۳	پیش‌تاز بودن در استقرار نظام صنفی کشاورزی	R C1
۷	وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی، زراعی و باغی	R C2
۴	تنوع جاذبه‌های اقلیمی و اکولوژیکی	R C3
۷	تنوع محصولات کشاورزی، زراعی و باغی	R C4
۵	برخورداری از تنوع قومی و فرهنگی	R C5
۳	وجود نیروی کار با دانش بومی عمیق از کشاورزی منطقه	R C6
۴	روحیه مهمان‌نوازی ساکنان	R C7
۶	مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی (اقلیم و خاک مناسب)	R C8
۷	تنوع فعالیت‌های کشاورزی، دامی، باغی و غیره	R C9
۳	داشتن فرهنگ اصیل بومی و سبک زندگی	R C10
۵	وجود پتانسیل قوی نیروی کار فراوان و جوان در روستا	R C11
۷	قطب کشاورزی و دارای رتبه برتر در تولید برخی محصولات	R C12
۵	موقعیت جغرافیایی و تنوع زیست‌محیطی	R C13
۴	ظرفیت مناسب شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی استان	R C14
۴	وجود مرکز نوآوری کشاورزی هوشمند در استان	R C15
۶	وجود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در زمینه کشاورزی	R C16
۵	وجود دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی	R C17
۴	داشتن مرکز تحقیقات کشاورزی قوی	R C18
۶	دارای مزیت در کشت‌های گلخانه‌ای	R C19
۵	دارای ظرفیت مناسب در راستای بهره‌گیری از شهرک‌های کشاورزی	R C20

جدول ۳- مقایسه استان کرمانشاه با استان‌های رقیب خود از نظر منابع و قابلیت‌های موجود (عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی)

کد	همدان	کردستان	ایلام	لرستان
R C1	پایین‌تر	بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C2	بالاتر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C3	بالاتر	پایین‌تر	بالاتر	پایین‌تر
R C4	پایین‌تر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C5	خیلی بالاتر	بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C6	بالاتر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C7	خیلی بالاتر	بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C8	پایین‌تر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C9	پایین‌تر	بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C10	خیلی بالاتر	خیلی پایین‌تر	بالاتر	پایین‌تر
R C11	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر	بالاتر
R C12	در یک سطح	در یک سطح	خیلی بالاتر	در یک سطح
R C13	بالاتر	پایین‌تر	بالاتر	خیلی پایین‌تر
R C14	پایین‌تر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C15	پایین‌تر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C16	پایین‌تر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C17	در یک سطح	بالاتر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر
R C18	پایین‌تر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر
R C19	در یک سطح	بالاتر	خیلی بالاتر	در یک سطح
R C20	پایین‌تر	خیلی بالاتر	خیلی بالاتر	بالاتر



نگاره ۱- نقشه رقابتی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی استان کرمانشاه در مقایسه با سایر رقبا

نگاره ۱، بیانگر موقعیت منطقه مورد مطالعه نسبت به رقبا از لحاظ منابع و قابلیت‌ها می‌باشد. با توجه به اینکه توسعه فناوری-های گردشگری هوشمند در بخش کشاورزی نیازمند انجام کارهای تحقیقاتی و گسترش آن با توجه به ویژگی‌های کشور است، از طرفی اعمال برخی تحریم‌ها بر علیه کشور مانع ورود فناوری‌ها و دستیابی به دانش مرتبط با آن در داخل کشور شده است، بنابراین دستیابی به برخی از فناوری‌ها نیازمند بهره‌گیری از توان و ظرفیت داخلی می‌باشد. بر این اساس استان با داشتن محققان و پژوهشگران توانمند در این زمینه دارای قابلیت‌های مناسبی است، شاهد این مدعا وجود مراکز تحقیقات کشاورزی قوی و ظرفیت مناسب شرکت‌های دانش‌بنیان استان است که آن را به قطب دانش‌بنیان در غرب و شمال غرب کشور تبدیل نموده است. علاوه بر این، استان کرمانشاه به عنوان یکی از استان‌های پیشرو کشور در راستای بهره‌گیری از شهرک‌های کشاورزی و نظام صنفی کشاورزی می‌باشد. شهرک‌های کشاورزی استان کرمانشاه با فعالیت در بخش‌های کشاورزی، دام و شیلات می‌توانند با فراهم نمودن فرصت‌های مناسب در راستای بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند و به عنوان پایلوت انجام آزمایش‌ها در این زمینه علاوه بر توسعه فناوری‌های هوشمند به عنوان مزارع آزمایشی الگو جهت معرفی به کشاورزان مورد استفاده قرار گیرند. مرکز نوآوری کشاورزی هوشمند در استان نیز به عنوان یکی از نخستین مراکز ایجاد شده در کشور در زمینه انجام تحقیقات مرتبط با فناوری‌های کشاورزی هوشمند در استان و کشور یکی دیگر از قابلیت‌های مهم استان در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی است که می‌تواند نیازهای فناورانه کشاورزی استان و کشور را در حوزه کشاورزی مرتفع سازد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود استان کرمانشاه به لحاظ دو بعد در نظر گرفته شده بالاتر از استان‌های ایلام، لرستان و کردستان قرار دارد و با همدان تقریباً در یک سطح است. جهت مقایسه بهتر، مزیت رقابتی هر یک از رقبا به تفکیک هر یک از منابع و قابلیت‌ها و به صورت مجموع و امتیاز در جدول ۵ محاسبه شد. به این ترتیب که از لحاظ منابع و قابلیت‌های بالقوه، استان لرستان با وزن $2/93$ بزرگ‌ترین رقیب برای استان کرمانشاه به شمار می‌رود؛ اما استان‌های کردستان و ایلام با وزن‌های $1/937$ ؛ $1/312$ در توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی به عنوان رقیبی ضعیف برای استان کرمانشاه محسوب شدند. همچنین در بعد منابع و قابلیت‌های بالفعل، استان همدان با وزن $3/02$ بزرگ‌ترین رقیب استان کرمانشاه می‌باشد؛ اما استان‌های کردستان و ایلام با وزن $1/809$ و $1/357$ به عنوان رقبای ضعیف استان کرمانشاه تعیین شدند. هر چه اعداد به ۵ نزدیک‌تر باشند، وضعیت بهتر و هر چه به یک نزدیک‌تر باشند، وضعیت بدتر است. همان‌طور که جدول ۴ و نقشه رقابتی استان در مقایسه با رقبا در نگاره ۱ نشان می‌دهد، استان ایلام در بدترین حالت ممکن از نظر منابع و قابلیت‌ها نسبت به سایر رقبا قرار دارد. به‌طور کلی بر اساس محاسبات مزیت رقابتی در جدول ۳ مشاهده می‌شود استان کرمانشاه با وجود منابع و قابلیت‌های مناسب جهت توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی نسبت به سایر رقبا البته به جز استان همدان که در شرایط مشابهی قرار دارند، در وضعیت بهتری به سر می‌برد.

جدول ۴- مزیت رقابتی هریک از رقبای اصلی استان کرمانشاه در توسعه گردشگری هوشمند

مناطق	منابع و قابلیت‌های بالقوه		منابع و قابلیت‌های بالفعل		مجموع		امتیاز
	مطلق	نرمال شده	مطلق	نرمال شده	مطلق	نرمال شده	
همدان	۲/۴۳۷	۱/۰۴۸	۳/۰۲۳	۱/۳۲۰	۵/۴۶۱	۲/۳۶۸	۴
کردستان	۱/۹۳۷	۰/۸۳۳	۱/۸۰۹	۰/۷۹۰	۳/۷۴۷	۱/۶۲۳	۲
ایلام	۱/۳۱۲	۰/۵۶۴	۱/۳۵۷	۰/۵۹۲	۲/۶۶۹	۱/۱۵۷	۱
لرستان	۲/۹۳۷	۱/۲۶۳	۲/۲۶۱	۰/۹۸۷	۵/۱۹۹	۲/۲۵۰	۳
کرمانشاه	۳	۱/۲۹۰	۳	۱/۳۰۸	۶	۲/۶۰۰	۵

گام سوم: ارزیابی منابع و توانایی‌ها بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع

در مرحله قبلی ۲۰ منبع و قابلیت داخلی استان جهت توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی مشخص شد (هر منبع و قابلیت با نماد RC مشخص شده است). در این مرحله بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع، وضعیت منابع و قابلیت‌ها از نظر کمیایی، تقلیدناپذیری و غیرقابل جایگزین بودن بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای (بسیار موافق، موافق، خنثی، مخالف و بسیار مخالف) و بر اساس نظر خبرگان مشخص گردید (جدول ۵).

جدول ۵- ارزیابی منابع و قابلیت‌ها بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع

منابع و قابلیت‌ها	کمیایی	تقلیدناپذیری	غیرقابل جایگزین بودن
RC1	موافق	خنثی	بسیار موافق
RC2	بسیار موافق	موافق	موافق
RC3	موافق	موافق	موافق
RC4	بسیار موافق	موافق	بسیار موافق
RC5	خنثی	خنثی	خنثی
RC6	خنثی	خنثی	خنثی
RC7	خنثی	موافق	موافق
RC8	موافق	موافق	موافق
RC9	موافق	موافق	موافق
RC10	موافق	موافق	موافق
RC11	مخالف	خنثی	خنثی
RC12	موافق	موافق	موافق
RC13	موافق	موافق	موافق
RC14	خنثی	خنثی	خنثی
RC15	خنثی	خنثی	موافق
RC16	خنثی	موافق	موافق
RC17	مخالف	مخالف	مخالف
RC18	مخالف	خنثی	موافق
RC19	مخالف	مخالف	مخالف
RC20	مخالف	خنثی	موافق

گام چهارم: تحلیل عوامل محیطی (موانع) مرتبط (PESTEL)

در مرحله چهارم به شناسایی عوامل محیطی (اقتصادی، سیاسی، اجتماعی-فرهنگی، تکنولوژیکی، بوم‌شناختی و قانونی) که به عنوان مانع در مسیر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی می‌باشند و خارج از کنترل سازمان‌ها است، پرداخته شد. برای انجام این مرحله از تحلیل PESTEL استفاده گردید. همان‌طور که جدول ۶ نشان می‌دهد ۲۰ متغیر به عنوان عامل محیطی به عنوان مانع توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی شناسایی شد. این عوامل از لحاظ وزن، تأثیر، احتمال افزایش و درجه اضطراب مورد بررسی قرار

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری...

گرفتند. به عنوان مثال از نظر پاسخگویان تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی مانند خشکسالی‌های طولانی مدت و مشکل کم آبی یک عامل بسیار مهم است که بر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی می‌تواند تأثیر قوی داشته باشد، احتمال افزایش این عامل از نظر پاسخگویان در آینده زیاد است و درجه اضطراب کاهش یا برطرف نمودن آن به عنوان یک مانع برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی فوری است. در واقع از دید صاحب‌نظران، ناشناخته بودن گردشگری کشاورزی و به‌خصوص گردشگری هوشمند کشاورزی در بین کشاورزان و عدم ارائه آموزش‌های مناسب از سوی نهادهای ذی‌ربط در این زمینه سبب عدم توسعه و گسترش آن در سطح روستاها و بین کشاورزان که اکثراً مسن و بی‌سواد هستند، شده است. به عبارتی عدم اولویت‌بخشی به توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی و آموزش آن در اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی توسعه و تخصیص ندادن بودجه‌ای مشخص برای توسعه و تسهیل زیرساخت‌های مرتبط با آن سبب عدم استقبال از این فناوری‌ها و توسعه آن شده است. هزینه بالای خرید فناوری و سرمایه‌بر بودن آن نیز از نظر پاسخگویان با توجه به عدم آشنایی کشاورزان با کارایی این فناوری‌ها سبب عدم تمایل و رغبت جامعه هدف به‌منظور استفاده از فناوری‌ها شده است. از نظر پاسخگویان این موانع می‌تواند بر توسعه تأثیر منفی داشته باشد. در این راستا نتیجه مطالعه وی (Wei, 2021)؛ لی و ژانگ (Li & Zhong, 2022)؛ اصلانی و همکاران (۱۴۰۳) و نادری و همکاران (۱۴۰۴)؛ زینتی فخرآباد (۱۴۰۴) نیز رفع موانع موجود و تسهیل زیرساخت‌ها و ارائه‌ی آموزش‌های مناسب را در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی مهم و در خور توجه و برنامه‌ریزی کارشناسی دانسته‌اند.

وزن، تأثیر، احتمال افزایش و درجه اضطراب سایر عوامل محیطی در جدول ۶ ارائه شده است. لازم به ذکر است هر عامل محیطی با کد PESTEL در سایر مراحل نشان داده شد.

گام پنجم: سنجش تناسب راهبردی

در این مرحله به ارزیابی میزان تأثیر پشتیبانی و تأثیرپذیری منابع و توانایی‌ها در عوامل محیطی که همان تناسب راهبردی است، پرداخته شده است.

الف: تناسب بین منابع و قابلیت‌ها با عوامل محیطی

در این مرحله از پاسخگویان خواسته شد که به بررسی تأثیر هر یک از منابع و قابلیت‌ها بر کاهش اثر عوامل محیطی (موانع) بپردازند (از بسیار ضعیف تا بسیار قوی). همان‌طور که جدول ۸ نشان می‌دهد ارتباط بین وجود پیش‌تاز بودن در استقرار نظام صنفی کشاورزی با عوامل محیطی تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی، افزایش شهرنشینی، اجاره‌ای بودن برخی زمین‌های زراعی و مسن بودن کشاورزان ضعیف، اما با بی‌سوادی کشاورزان در حد ضعیف است. همچنین تناسب بین منبع و قابلیت دیگر استان یعنی وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی، زراعی، باغی و دامی با عوامل محیطی مانند بی‌سوادی کشاورزان، افزایش شهرنشینی، اجاره‌ای بودن برخی زمین‌های زراعی و مسن بودن کشاورزان قوی و با تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی در حد متوسط می‌باشد. همچنین ارتباط تنوع جاذبه‌های اقلیمی و اکولوژیکی با گرایش‌های مختلف کشاورزی با عامل محیطی تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی و افزایش شهرنشینی قوی، اما با بی‌سوادی و مسن بودن کشاورزان ضعیف است. ارتباط بین تعداد دیگری از منابع و قابلیت‌های استان با عوامل محیطی در جدول ارائه شده است. از آنجا که مقایسه‌های دوجه‌دویی این عوامل حجم زیادی را در بر می‌گیرد، به ذکر چند مورد از آن اکتفا شد و سایر مقایسات در ضمیمه ۱ ارائه شده است (جدول ۸).

ب: تناسب بین منابع و قابلیت‌ها با اهداف

بعد از ارزیابی تناسب راهبردی بین منابع و قابلیت‌ها با عوامل محیطی، بایستی میزان تأثیر منابع و قابلیت‌ها بر اهداف پژوهش را تعیین کرد. همان‌طور که جدول ۹ نشان می‌دهد تأثیر پیش‌تاز بودن در استقرار نظام صنفی کشاورزی با توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان و ایجاد اشتغال پایدار و جلوگیری از مهاجرت روستاییان ضعیف و با بهبود استراتژی‌های بازاریابی و ایجاد درآمد مکمل و پایدار برای کشاورزان و جامعه محلی در حد متوسط (تا حدودی) است. ارتباط وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی، زراعی، باغی و دامی با توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی ضعیف و با بهبود استراتژی‌های بازاریابی در حد متوسط (تا حدودی) است. همچنین ارتباط این منبع با بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان و ایجاد درآمد مکمل و پایدار برای کشاورزان و جامعه محلی قوی و با ایجاد اشتغال پایدار و جلوگیری از مهاجرت روستاییان بسیار قوی می‌باشد. یکی دیگر از منابع و قابلیت‌ها، تنوع جاذبه‌های اقلیمی و اکولوژیکی است که ارتباط آن با توسعه پایدار

اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، ایجاد درآمد مکمل و پایدار برای کشاورزان و جامعه محلی و ایجاد اشتغال پایدار و جلوگیری از مهاجرت روستاییان قوی می‌باشد؛ اما ارتباط این منبع و قابلیت با بهبود استراتژی‌های بازاریابی ضعیف و با هدف بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان در حد متوسط (تا حدودی) می‌باشد. مقایسه بین سایر منابع و قابلیت‌ها با اهداف در جدول ۸ ارائه شده است. طبق روال مرحله قبل از آنجا که مقایسات زوجی و دوبه‌دویی این عوامل حجم زیادی را در بر خواهد داشت، فقط به چند عامل نمونه اکتفا شد و سایر مقایسات در ضمیمه ۲ ارائه شده است.

جدول ۶- عوامل محیطی مؤثر خارج از کنترل در توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی (تحلیل PESTEL)

کد	عامل	وزن	تأثیر	احتمال افزایش	درجه اضطرار
PESTEL1	تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی مانند خشکسالی‌های طولانی مدت و مشکل کم آبی	بسیار مهم	قوی	بالا	فوری
PESTEL2	بی‌سوادی کشاورزان	مهم	قوی	پایین	زود
PESTEL3	افزایش شهرنشینی کشاورزان	مهم	قوی	بالا	فوری
PESTEL4	اجاره‌ای بودن برخی زمین‌های زراعی	بسیار مهم	بسیار قوی	متوسط	زود
PESTEL5	مسن بودن کشاورزان	بسیار مهم	بسیار قوی	متوسط	زود
PESTEL6	عدم دسترسی برخی از روستاها به شبکه اینترنت یا سرعت پایین آن	مهم	قوی	پایین	زود
PESTEL7	فقدان سواد فناوری در میان کشاورزان	بسیار مهم	بسیار قوی	پایین	فوری
PESTEL8	سیاست‌ها و قوانین کلان که به‌صورت غیر مستقیم منجر به مهاجرت جمعیت روستا و کاهش نیروی کار فعال در بخش کشاورزی می‌شوند	بسیار مهم	بسیار قوی	متوسط	فوری
PESTEL9	ریسک‌گریز بودن کشاورزان	بسیار مهم	قوی	متوسط	فوری
PESTEL10	سرمایه‌بر بودن فناوری‌ها	بسیار مهم	قوی	متوسط	به‌زودی
PESTEL11	افزایش هزینه انرژی و حمل و نقل	بسیار مهم	بسیار قوی	متوسط	زود
PESTEL12	نوسانات اقتصادی کلان مانند تورم و کاهش قدرت خرید	بسیار مهم	بسیار قوی	بسیار بالا	فوری
PESTEL13	نبود سیاست‌های اجرایی و مدیریت راهبردی مناسب برای توسعه فناوری‌های دیجیتال در کشاورزی	مهم	بسیار قوی	بالا	فوری
PESTEL14	عدم اولویت‌بخشی به توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی و آموزش آن در اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی توسعه	بسیار مهم	بسیار قوی	متوسط	فوری
PESTEL15	تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی	بسیار مهم	قوی	بسیار بالا	فوری
PESTEL16	نامنی‌های منطقه‌ای و سیاسی به علت مرزی بودن استان	بسیار مهم	قوی	بالا	فوری
PESTEL17	عوامل فرهنگی و اجتماعی مانند مقاومت در برابر پذیرش فناوری‌های جدید یا شیوه‌های مدرن گردشگری از سوی جامعه محلی یا حتی برخی نهادها	بسیار مهم	بسیار قوی	پایین	فوری
PESTEL18	ریسک‌پذیر بودن فعالیت کشاورزی	بسیار مهم	بسیار قوی	بالا	فوری
PESTEL19	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	مهم	قوی	متوسط	به‌زودی
PESTEL20	عدم ارائه آموزش‌های کافی و مناسب برای کشاورزان در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی و مزایای آن	بسیار مهم	قوی	بالا	فوری

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری...

جدول ۷- تناسب راهبردی بین منابع و قابلیت‌ها و عوامل محیطی (موانع)

سطوح مقایسه	بسیار ضعیف	ضعیف	ناحدودی	قوی	بسیار قوی	عوامل محیطی (PESTEL)					
						PESTEL1 (تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی)	PESTEL2 (بی‌سوادی کشاورزان)	PESTEL3 (افزایش شهرنشینی)	PESTEL4 (اجاره‌ای بودن برخی زمین‌های زراعی)	PESTEL5 (مسن بودن کشاورزان)	
منابع و قابلیت‌ها						RC1 (پیش‌تاز بودن در استقرار نظام صنفی کشاورزی)	ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	ضعیف	ضعیف
						RC2 (وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی، زراعی، باغی و دامی)	ناحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی
						RC3 (تنوع جاذبه‌های اقلیمی و اکولوژیکی)	قوی	خیلی ضعیف	قوی	ضعیف	خیلی ضعیف
						RC4 (تنوع محصولات کشاورزی، زراعی، باغی و دامی)	خیلی قوی	قوی	قوی	قوی	تا حدودی
						RC5 (برخورداری از تنوع قومی و فرهنگی)	خیلی ضعیف	خیلی ضعیف	تا حدودی	خیلی ضعیف	تا حدودی
						RC6 (برخورداری از نیروی انسانی بومی)	خیلی ضعیف	ضعیف	خیلی قوی	تا حدودی	ضعیف

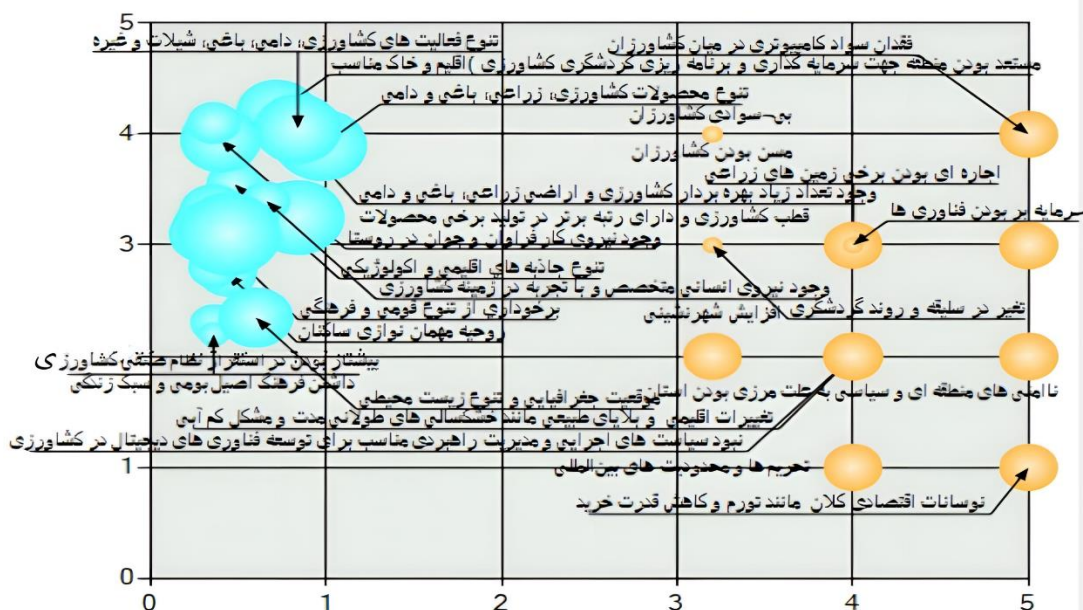
جدول ۸- تناسب راهبردی بین منابع و قابلیت‌ها با اهداف

سطوح مقایسه	بسیار ضعیف	ضعیف	ناحدودی	قوی	بسیار قوی	اهداف (Objectives)					
						Objective 1 (توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی)	Objective 2 (بهبود استراتژی‌های بازاریابی)	Objective 3 (بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان)	Objective 4 (ایجاد درآمد مکمل و پایدار برای کشاورزان و جامعه محلی)	Objective 5 (ایجاد اشتغال پایدار و جلوگیری از مهاجرت روستاییان)	
منابع و قابلیت‌ها						RC1 (پیش‌تاز بودن در استقرار نظام صنفی کشاورزی)	ضعیف	ناحدودی	ضعیف	ناحدودی	ضعیف
						RC2 (وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی، زراعی، باغی و دامی)	ضعیف	ناحدودی	قوی	قوی	بسیار قوی
						RC3 (تنوع جاذبه‌های اقلیمی و اکولوژیکی)	قوی	ضعیف	ناحدودی	قوی	قوی
						RC4 (تنوع محصولات کشاورزی، زراعی، باغی و دامی)	قوی	قوی	بسیار قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
						RC5 (برخورداری از تنوع قومی و فرهنگی)	تا حدودی	تا حدودی	قوی	ناحدودی	تا حدودی
						RC6 (برخورداری از نیروی انسانی بومی)	تا حدودی	تا حدودی	تا حدودی	ضعیف	ضعیف

ج: ترسیم نقشه راهبردی

در این مرحله با توجه به تصمیمات و مقایسات پیشین، اقدام به ترسیم نقشه راهبردی شد. منابع و قابلیت‌ها با حباب‌های آبی (فیروزه‌ای) و عوامل کلان محیطی با حباب‌های نارنجی نشان داده شده است. در نقشه راهبردی، منابع و قابلیت‌ها و عوامل خارجی بر مبنای سه معیار مورد تحلیل قرار گرفتند (الف): نزدیکی منابع و قابلیت‌ها با عوامل خارجی، (ب): سمت افقی و فوقانی عوامل و (ج): اندازه حباب‌ها (نگاره ۲).

H-SWOT Chart



نگاره ۲- نقشه راهبردی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی

با استنتاج از نگاره ۲، میزان وزن (X)، درجه تناسب (Y) و اندازه هر عامل (Bubble Size) در جدول ۱۰ ارائه شده است. محور افقی (X) با ارزش بودن، تقلیدناپذیری و غیرقابل جایگزین و محور عمودی (Y) میزان و درجه تناسب راهبردی عوامل را نشان می‌دهد. همچنین اندازه هر حباب میزان تناسب با اهداف را مشخص می‌کند، آن‌هایی که به سمت راست متمایل هستند، نسبتاً با ارزش، نادر، تقلید نشدنی و غیرقابل جایگزین هستند و از تناسب راهبردی برخوردارند. اندازه حباب‌های منابع، توانایی‌ها و قابلیت‌ها، بیانگر درجه تناسب آن‌ها با اهداف بوده و اندازه حباب عوامل کلان محیطی بیانگر درجه اضطرار رفع هر یک از عوامل است. به‌طور کلی برای منابع و توانایی‌ها و عوامل کلان محیطی قرارگیری در موقعیت بالا و سمت راست بیانگر بالاترین میزان امتیاز و نمره است. یافته‌های پژوهش در تصویر شماره ۲ و اوزان به دست آمده در جدول ۹ بیانگر این است که منابع و قابلیت‌ها به‌عنوان عوامل داخلی و کلیدی (حباب‌های فیروزه‌ای) مؤثر بر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی اوزان متفاوتی را نسبت به یکدیگر دارند. به‌طوری‌که در محور افقی (X) تمام عوامل داخلی به عنوان منابع و قابلیت، دارای مقادیر مختصات طولی کمتر از یک بودند که نشان می‌دهد که این منابع و قابلیت‌ها در مناطق روستایی استان کرمانشاه به‌منظور توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی خیلی کمیاب نمی‌باشند. بلکه اکثر منابع و قابلیت‌ها، تقلیدپذیر و قابل جایگزینی می‌باشند. محور عمودی (Y) بیانگر میزان و درجه تناسب راهبردی عوامل است و هر چه بزرگ‌تر باشد، نشان‌دهنده تناسب استراتژیک بیشتر عوامل است. از بین عوامل "مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی (اقلیم و خاک مناسب)" با میزان ۴/۱۹، عامل "تنوع فعالیت‌های کشاورزی، دامی، باغی و غیره"، با میزان ۴/۰۵ و عامل "دارای مزیت در کشت‌های گلخانه‌ای" با میزان ۴/۰۹ بیشترین میزان تناسب استراتژیک را داشتند. با توجه به اینکه هر چه اندازه حباب بزرگ‌تر باشد نشان‌دهنده تناسب بیشتر با اهداف توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی است. برای نشان دادن درجه تناسب هر عامل کلیدی با هدف (ستون Bubble) می‌توان گفت عامل "تنوع محصولات کشاورزی، زراعی، باغی و دامی" با اندازه حباب ۶/۵۲؛ عامل "مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی (اقلیم و خاک مناسب)" با اندازه حباب ۶/۰۷؛ عامل "تنوع فعالیت‌های کشاورزی، دامی، باغی، شیلات و غیره" با اندازه حباب ۶/۳۷ و عامل "دارای ظرفیت مناسب در راستای بهره‌گیری از شهرک‌های کشاورزی" با اندازه حباب ۷/۱۹ به ترتیب دارای بیشترین درجه تناسب با اهداف توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بودند.

نتایج بررسی عوامل محیطی نیز نشان داد که وجود یک سری عوامل کلان مانع از تحقق کامل پیاده شدن برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی می‌شوند، از جمله عوامل "فقدان سواد فناوری در میان کشاورزان"، با مختصات طولی ۵، مختصات عرضی ۴ و اندازه حباب ۵، "سیاست‌ها و قوانین کلان که به صورت غیر مستقیم منجر به مهاجرت جمعیت روستا و کاهش نیروی کار فعال در بخش کشاورزی می‌شوند"؛ و "عدم اولویت‌بخشی به توسعه فناوری دیجیتال و آموزش آن در اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی توسعه امنیت غذایی"، هر یک با اندازه حباب ۵، مختصات طولی ۵ و مختصات عرضی ۳، مهم‌ترین و قدرتمندترین موانع در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی شناسایی بودند. درحالی‌که عامل "افزایش شهرنشینی" دارای ضرورت بالا (اندازه حباب ۵) اما قدرت کمی (وزن کمتر ۳/۲۰) نسبت به سایر عوامل محیطی در رسیدن به هدف مورد نظر است. همچنین به منظور نشان دادن میزان درجه اضطرار هر عامل به عنوان محدودیت، با توجه به اندازه حباب هر یک از عوامل محیطی (ستون Bubble) می‌توان اذعان داشت، عوامل "تغییرات اقلیمی و بلایای طبیعی مانند خشکسالی‌های طولانی‌مدت و مشکل کم آبی"، "افزایش شهرنشینی"، "فقدان سواد کامپیوتری در میان کشاورزان"، "سیاست‌ها و قوانین کلان که به صورت غیر مستقیم منجر به مهاجرت جمعیت روستا و کاهش نیروی کار فعال در بخش کشاورزی می‌شوند"، "ریسک گریز بودن کشاورزان"، "نوسانات اقتصادی کلان مانند تورم و کاهش قدرت خرید"، "نبود سیاست‌های اجرایی و مدیریت راهبردی مناسب برای توسعه فناوری‌های دیجیتال در کشاورزی"، "عدم اولویت‌بخشی به توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی و آموزش آن در اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی توسعه"، "تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی"؛ "نامنی‌های منطقه‌ای و سیاسی به علت مرزی بودن استان"؛ "عوامل فرهنگی و اجتماعی مانند مقاومت در برابر پذیرش فناوری‌های جدید یا شیوه‌های مدرن گردشگری از سوی جامعه محلی یا حتی برخی نهادها"؛ "ریسک‌پذیر بودن فعالیت کشاورزی" و "عدم ارائه آموزش‌های کافی و مناسب برای کشاورزان در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی و مزایای آن" با اندازه یکسان ۵، بایستی به منظور رسیدن به توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی، در اولویت نخست اضطرار برنامه‌ریزی جهت رفع و یا اصلاح قرار گیرند.

د: قضاوت عوامل محیطی با منابع

به منظور تدوین راهبردهای پایانی لازم است که به قضاوت در مورد میزان امکانات و ترکیب عوامل محیطی با منابع و قابلیت‌ها پرداخت. به عبارت دیگر آیا برای تدوین استراتژی، ترکیب این عوامل با یکدیگر راهگشا است و در این صورت در چه اولویتی باید قرار گیرند. همان‌طور که قضاوت عوامل محیطی با منابع و قابلیت‌ها در جدول ۱۰ نشان می‌دهد نزدیکی عوامل محیطی همچون، "بی‌سوادی کشاورزان"؛ "افزایش شهرنشینی" و "تغییر در سلیقه و روند گردشگری" با منابع و قابلیت‌های موجود، بیانگر این موضوع بود که برخی از منابع و قابلیت‌ها می‌توانند بر این عوامل محیطی به عنوان مانع توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی اثر گذاشته و سبب اصلاح و یا کاهش اثر آن شوند. درحالی‌که برخی از منابع و قابلیت‌ها نشان از عدم تأثیر بر این عوامل داشتند. به عنوان مثال "وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی، زراعی، باغی و دامی"، "تنوع جاذبه‌های اقلیمی و اکولوژیکی" و "مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی" عامل "بی‌سوادی کشاورزان" را به عنوان یک تهدید خارجی برای هدف مورد نظر در اولویت پایینی تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین قضاوت درباره این عوامل با نادیده گرفتن شدن ترکیب آن‌ها باهم انجام می‌گیرد؛ اما مزیت استان در کشت‌های گلخانه‌ای می‌تواند مانع بی‌سوادی کشاورزان را در سطح بالایی تحت تأثیر قرار دهد و از اثرات منفی آن بکاهد. در مثال دیگری نیز می‌توان بیان داشت که "پیش‌تاز بودن در استقرار نظام صنفی کشاورزی" و "داشتن فرهنگ اصیل بومی و سبک زندگی" به عنوان قابلیت‌های داخلی استان کرمانشاه در ترکیب با عامل خارجی مهم و تأثیرگذاری چون "افزایش شهرنشینی" در اولویت متوسطی قرار می‌گیرد. همچنین وجود منابع و قابلیت‌هایی مانند "برخورداری از تنوع قومی و فرهنگی"؛ "روحیه مهمان‌نوازی ساکنان"؛ "ظرفیت مناسب شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی استان"؛ "وجود مرکز نوآوری کشاورزی هوشمند در استان"؛ "وجود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در زمینه کشاورزی"؛ "وجود دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی"؛ "داشتن مرکز تحقیقات کشاورزی قوی" و "دارای ظرفیت مناسب در راستای بهره‌گیری از شهرک‌های کشاورزی" در استان مانع "تغییر در سلیقه و روند گردشگری" را

در سطح بالایی تحت تأثیر قرار دهد و جهت تدوین راهبرد ترکیب این دو عامل راهگشاست. قضاوت هرکدام از منابع و قابلیت-ها با عوامل محیطی ترکیب شده با آن‌ها در جدول ۹، نشان داده شده است. برای ترکیب سایر منابع و قابلیت‌های موجود و عوامل خارجی نزدیک و دور با هرکدام از منابع و قابلیت‌ها، قضاوت به این صورت انجام و راهبردهای پایانی مطلوب جهت رسیدن به هدف مورد نظر ارائه شد.

جدول ۹- میزان اوزان، درجه تناسب و اندازه عوامل داخلی و محیطی

عوامل محیطی		وزن و اندازه		منابع و قابلیت		وزن و اندازه	
PESTEL1	BS: ۵	Y: ۲	X: ۴	RC1	BS: ۴/۳۴	Y: ۲/۲۹	X: ۳/۶۰
PESTEL2	BS: ۳	Y: ۲	X: ۳/۲۰	RC2	BS: ۵/۲۵	Y: ۳/۸۴	X: ۰/۹۰
PESTEL3	BS: ۵	Y: ۲	X: ۳/۲۰	RC3	BS: ۴/۸۴	Y: ۳/۵۴	X: ۰/۴۷
PESTEL4	BS: ۳	Y: ۳	X: ۴	RC4	BS: ۶/۵۲	Y: ۳/۹۰	X: ۰/۹۸
PESTEL5	BS: ۳	Y: ۴	X: ۳/۲۰	RC5	BS: ۴/۹۴	Y: ۲/۹۵	X: ۰/۴۵
PESTEL6	BS: ۳	Y: ۴	X: ۳/۲۰	RC6	BS: ۴/۵	Y: ۳/۲۰	X: ۰/۲۷
PESTEL7	BS: ۵	Y: ۴	X: ۵	RC7	B: ۴/۹۴	Y: ۲/۷۵	X: ۰/۴۳
PESTEL8	BS: ۵	Y: ۳	X: ۵	RC8	BS: ۶/۰۷	Y: ۴/۱۹	X: ۰/۷۱
PESTEL9	BS: ۵	Y: ۳	X: ۴	RC9	BS: ۶/۳۷	Y: ۴/۰۵	X: ۰/۸۴
PESTEL10	BS: ۳	Y: ۳	X: ۴	RC10	BS: ۳/۵۴	Y: ۲/۲۰	X: ۰/۳۵
PESTEL11	BS: ۳	Y: ۳	X: ۵	RC11	BS: ۶/۰۷	Y: ۳/۹۵	X: ۰/۴۰
PESTEL12	BS: ۵	Y: ۱	X: ۵	RC12	BS: ۶/۷۵	Y: ۳/۲۵	X: ۰/۸۴
PESTEL13	BS: ۵	Y: ۲	X: ۴	RC13	BS: ۵/۸۴	Y: ۳/۳۴	X: ۰/۶۰
PESTEL14	BS: ۵	Y: ۳	X: ۵	RC14	BS: ۴/۵۵	Y: ۲/۷۹	X: ۰/۳۵
PESTEL15	BS: ۵	Y: ۱	X: ۴	RC15	BS: ۳/۷۹	Y: ۲/۹۰	X: ۰/۳۹
PESTEL16	BS: ۵	Y: ۲	X: ۴	RC16	BS: ۴/۵	Y: ۳/۴۰	X: ۰/۶۵
PESTEL17	BS: ۵	Y: ۲	X: ۵	RC17	BS: ۵/۴۷	Y: ۳/۰۹	X: ۰/۳۰
PESTEL18	BS: ۵	Y: ۲	X: ۵	RC18	BS: ۵/۴۷	Y: ۳/۲۹	X: ۰/۳۵
PESTEL19	BS: ۳	Y: ۳	X: ۳/۲۰	RC19	BS: ۴/۶۹	Y: ۴/۰۹	X: ۰/۳۵
PESTEL20	BS: ۵	Y: ۲	X: ۴	RC20	BS: ۷/۱۹	Y: ۳/۰۹	X: ۰/۴۵

در جدول ۱۱ راهبردهای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بر اساس نتایج پنج مرحله تکنیک Meta-Swot و ترکیب منابع و قابلیت با عوامل محیطی ارائه شده است. جمعاً ۱۷ راهبرد به‌منظور توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی شناسایی شد. اولویت-بندی راهبردها بر اساس وزن آن‌ها نشان می‌دهد که از نظر صاحب‌نظران سه راهبرد "برگزاری دوره‌ای جشنواره‌های هوشمند قومی-کشاورزی با استفاده از تنوع قومی و فرهنگی"؛ "ایجاد شتاب‌دهنده تخصصی گردشگری هوشمند کشاورزی با استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان" و "ایجاد سایت گردشگری هوشمند با استفاده از قابلیت‌های مرکز نوآوری" برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی از وزن بالاتری برخوردار هستند و اهمیت بیشتری دارند که لازم است مورد توجه قرار گیرد. بر این اساس و در تأیید نتایج این بخش از پژوهش، نتیجه مطالعات زینتی فخرآباد (۱۴۰۴)؛ نادری و همکاران (۱۴۰۴) و اصلانی و همکاران (۱۴۰۳) نیز نشان داد که استفاده از ظرفیت‌های نیروی انسانی متخصص و شرکت‌های دانش‌بنیان در راستای توسعه فناوری در بخش گردشگری کشاورزی مهم دانسته‌اند و بر آن تأکید داشتند. سایر راهبردهای شناسایی شده با توجه به اهمیت آن‌ها در جدول ۱۰ ارائه شده است.

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری...

جدول ۱۰- قضاوت عوامل محیطی با منابع و قابلیت‌ها

منابع و قابلیت‌ها	عوامل محیطی	تأثیر ترکیب
پیش‌تاز بودن در استقرار نظام صنفی کشاورزی	افزایش شهرنشینی	متوسط
وجود تعداد زیاد بهره‌بردار کشاورزی، زراعی، باغی و دامی	بی‌سوادی کشاورزان	ضعیف و قابل چشم‌پوشی
تنوع جاذبه‌های اقلیمی و اکولوژیکی	بی‌سوادی کشاورزان	ضعیف و قابل چشم‌پوشی
تنوع محصولات کشاورزی، زراعی، باغی و دامی	بی‌سوادی کشاورزان	ضعیف و قابل چشم‌پوشی
برخورداری از تنوع قومی و فرهنگی	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	زیاد
برخورداری از نیروی انسانی بومی	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	متوسط
روحیه مهمان‌نوازی ساکنان	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	زیاد
مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی (اقلیم و خاک مناسب)	بی‌سوادی کشاورزان	ضعیف و قابل چشم‌پوشی
تنوع فعالیت‌های کشاورزی، دامی، باغی، شیلات و غیره	بی‌سوادی کشاورزان	ضعیف و قابل چشم‌پوشی
داشتن فرهنگ اصیل بومی و سبک زندگی	افزایش شهرنشینی	متوسط
وجود نیروی کار فراوان و جوان در روستا	بی‌سوادی کشاورزان	ضعیف و قابل چشم‌پوشی
قطب کشاورزی و دارای رتبه برتر در تولید برخی محصولات	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	متوسط
موقعیت جغرافیایی و تنوع زیست‌محیطی	افزایش شهرنشینی	ضعیف و قابل چشم‌پوشی
ظرفیت مناسب شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی استان	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	زیاد
وجود مرکز نوآوری کشاورزی هوشمند در استان	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	زیاد
وجود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در زمینه کشاورزی	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	زیاد
وجود دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	زیاد
داشتن مرکز تحقیقات کشاورزی قوی	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	زیاد
دارای مزیت در کشت‌های گلخانه‌ای	بی‌سوادی کشاورزان	زیاد
دارای ظرفیت مناسب در راستای بهره‌گیری از شهرک‌های کشاورزی	تغییر در سلیقه و روند گردشگری	متوسط

جدول ۱۱- راهبردهای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه و اولویت‌بندی آن‌ها

وزن	راهبرد	ردیف
۰/۳۸۶	برگزاری دوره‌ای جشنواره‌های هوشمند قومی-کشاورزی با استفاده از تنوع قومی و فرهنگی؛	۱
۰/۳۶۲	ایجاد شتاب‌دهنده تخصصی گردشگری هوشمند کشاورزی با استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان؛	۲
۰/۳۵۸	ایجاد سایت گردشگری هوشمند با استفاده از قابلیت‌های مرکز نوآوری؛	۳
۰/۲۸۳	ایجاد واحد طراحی تجربه‌های سفارشی گردشگری با استفاده از ظرفیت‌های نیروی انسانی متخصص؛	۴
۰/۲۴۵	ایجاد پارک موضوعی فناوری و گردشگری کشاورزی با استفاده از ظرفیت دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی استان؛	۵
۰/۲۳۴	ایجاد مزارع نمایشی فناورانه با استفاده از قابلیت مراکز تحقیقات کشاورزی استان؛	۶
۰/۲۲۰	ایجاد و توسعه گلخانه‌های نمایشی هوشمند و تورهای آموزشی فناورانه در گلخانه‌ها؛	۷
۰/۱۷۸	ایجاد قطب‌های تخصصی گردشگری محصول محور؛	۸
۰/۱۶۲	تبدیل شهرک‌های کشاورزی به مقاصد چند کاربردی گردشگری؛	۹
۰/۱۲۴	احیای سبک زندگی بومی به عنوان یک محصول گردشگری هوشمند؛	۱۰
۰/۱۱۷	توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای روستایی مبتنی بر نظام صنفی؛	۱۱
۰/۱۰۴	راه‌اندازی آکادمی مهارت‌های هوشمند گردشگری کشاورزی؛	۱۲
۰/۱۰۱	ایجاد راهبرد اکوسیستم نوآوری باز؛	۱۳
۰/۰۹۶	ایجاد و راه‌اندازی مراکز نوآوری درون شهرک‌های کشاورزی؛	۱۴
۰/۰۸۴	توسعه بسته‌های گردشگری موضوعی پژوهش محور با استفاده از ظرفیت مراکز تحقیقات کشاورزی استان؛	۱۵
۰/۰۷۲	راه‌اندازی کارگاه زنده صنایع دستی و کشاورزی دیجیتال؛	۱۶
۰/۰۶۸	راه‌اندازی جشنواره‌های فصلی برداشت محصول؛	۱۷

به‌طور کلی استان کرمانشاه با برخورداری از غنای فرهنگی و تنوع قومی کم‌نظیر، همراه با ظرفیت‌های گسترده کشاورزی، از پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به قطب گردشگری هوشمند کشاورزی در غرب کشور برخوردار است. هرچند چالش‌های ساختاری از جمله کم‌آبی، نبود زیرساخت‌های دیجیتال یکپارچه و ضعف در نظام برنامه‌ریزی کلان، توسعه این حوزه را با محدودیت مواجه ساخته است. با این وجود، با بهره‌گیری از راهبردهای شناسایی شده که بر محوریت به‌کارگیری فناوری در کنار سرمایه‌گذاری بر فرهنگ بومی و توانمندسازی جامعه محلی طراحی شده‌اند، می‌توان مسیری پایدار برای توسعه اقتصادی-اجتماعی استان ترسیم نمود. تحقق این امر مستلزم بهره‌گیری از رویکردی نوآورانه و یکپارچه است که در آن فناوری‌های دیجیتال به عنوان تسهیل‌گر ارتباط بین فرهنگ بومی، کشاورزی پایدار و صنعت گردشگری عمل می‌نمایند. اجرای موفقیت‌آمیز این مدل توسعه، علاوه بر ایجاد اشتغال پایدار و درآمدزایی برای جامعه محلی، موجب تقویت همبستگی اجتماعی و حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی استان خواهد شد. این رویکرد هوشمندانه با ایجاد پیوندی پایدار بین سنت و نوآوری، نه تنها زمینه توسعه متوازن منطقه را فراهم می‌آورد، بلکه الگویی پیشرو برای سایر مناطق کشور در بهره‌گیری از فناوری برای توسعه پایدار ارائه می‌نماید. در کل با به‌کارگیری ظرفیت‌های بومی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال، استان کرمانشاه می‌تواند به نمونه‌ای موفق از توسعه منطقه‌ای مبتنی بر گردشگری هوشمند کشاورزی تبدیل گردد که در آن اقتصاد محلی رونق یافته، فرهنگ اصالت خود را حفظ نموده و محیط‌زیست برای نسل‌های آینده پاسداری می‌شود. تحقق این مهم مستلزم برطرف نمودن موانع و توجه به ظرفیت‌های استان در این خصوص است. با توجه به اینکه در پرتو سند چشم‌انداز بیست‌ساله، دولت در توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی نقشی فراتر از حاکمیت سنتی دارد و به مربی توسعه و تسهیل‌گر هوشمند تبدیل می‌شود. بنابراین در این راستا لازم از طریق توانمندسازی نیروی انسانی (توسعه برنامه‌های آموزشی گسترش سواد دیجیتال در بین کشاورزان)، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال (گسترش اینترنت پرسرعت)، حمایت‌های مالی و اعتباری (حمایت از استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه، ارائه بیمه‌های ویژه برای فعالیت‌های گردشگری کشاورزی)، تدوین قوانین و استانداردها (تسهیل فرآیند صدور مجوز، ایجاد نظام رتبه‌بندی برای مزارع گردشگری)، توسعه بازار و بازاریابی (ایجاد بانک اطلاعات یکپارچه از جاذبه‌های گردشگری کشاورزی، اجرای کمپین‌های تبلیغاتی ملی و بین‌المللی، برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی گردشگری کشاورزی) و پژوهش و توسعه (حمایت از پژوهش‌های کاربردی در حوزه گردشگری، ایجاد دیتا سنترهای استانی برای پایش و تحلیل داده‌ها) گردشگری هوشمند کشاورزی را به یک محور توسعه پایدار روستایی تبدیل کند.

سپاسگزاری

این اثر تحت حمایت بنیاد ملی علم ایران (INSF) برگرفته شده از طرح شماره (۴۰۴۴۶۰۳) انجام شده است.

منابع

- اصلانی، ن.، آندرواژ، ل.، و آریا، ک. (۱۴۰۳). ارائه مدل استراتژی‌های توسعه گردشگری هوشمند در ایران. *مجله مدیریت بازاریابی*، شماره ۶۳، صص ۳۶-۲۰. <https://www.10.22428/JOMM-2312-2112.20-36>
- رضوانی، م. ر.، فرجی سبکبار، ف.ع.، قدیری معصوم، م.، و زینتی فخرآباد، ح. (۱۴۰۳). مرور نظام‌مند پژوهش‌های گردشگری هوشمند در نواحی روستایی (سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲). *مجله پژوهش‌های روستایی*، دوره ۱۵، شماره ۳، صص ۱۹۸-۱۸۳. <https://www.10.22059/JRUR.2025.356635.1825>
- زینتی فخرآباد، ح. (۱۴۰۴). ارائه الگوی توسعه مقصدهای گردشگری هوشمند در نواحی روستایی مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان البرز. رساله دکتری، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.
- عنابستانی، ع. ا.، و بارانی‌علی‌اکبری، س. (۱۴۰۳). تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رهیافت گردشگری هوشمند روستایی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری شرق استان کرمانشاه). *برنامه‌ریزی فضایی*، دوره ۱۴، شماره ۳، صص ۸۷-۱۱۴. <https://www.10.22108/SPPL.2024.141126.1782>

- غیاثوند، م.، و عباسی، ع. (۱۴۰۳). چالش‌ها و راهکارهای گردشگری هوشمند کشاورزی: مرور نظام‌مند منابع. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، دوره ۲۰، شماره ۲، صص ۲۴۹-۲۲۵. <https://www.10.22034/iaeej.2025.226359>
- فارغ، س. ع.، و رضایی، ن. (۱۴۰۳). راهبرد نقاط تماس در خدمات گردشگری کشاورزی مبتنی بر انگیزه گردشگران (نمونه موردی: مزرعه زعفران خراسان جنوبی). *گردشگری و اوقات فراغت*، دوره ۹، شماره ۱۷، صص ۱۸۵-۱۵۹. <https://www.10.22133/tlj.2024.442578.1152>
- کریمی، ا.، گرجی، م. ب.، و سمیعی، ر. (۱۴۰۰). ارائه الگوی گردشگری کشاورزی با رویکرد داده بنیاد. *مجله آمایش جغرافیا فضا*، دوره ۱۱، شماره ۴۰، صص ۱۴۶-۱۳۳. <https://www.10.30488/gps.2021.272229.3366>
- نادری، ن.، آینه، م.، بخشم، م.، و خسروی، ا. (۱۴۰۴). ارائه یک مدل برای توسعه پایدار گردشگری کشاورزی با تأکید بر هوش مصنوعی (مطالعه موردی: شهرستان پاوه). *فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی*، دوره ۱، شماره ۲۱، صص ۱۰۸-۸۷. <https://www.10.22034/gsm.2025.2034569.1009>
- Alsharif, A., Isa, S. M., and Alqudah, M. N. (2024). Smart tourism, hospitality, and destination: A systematic review and future directions. *Journal of Tourism and Services*, 29(15), 804-860. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i29.746>
- Boraste, V. B. (2022). *New trends in travel and tourism industry: An overview. Sustainable development for society, industrial development, material, energy and environment: Key issues, opportunities and challenges*. India: Pune, Jyotikiran Publication.
- Chen, S. X., Zhang, Y., and Tse, S. W. T. (2024). Untangling the smart tourism technostress enigma: Assessing the effects of smart technology-related stressors on smart tourism avoidance behaviors in senior tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(9), 1161-1176. <https://doi.org/10.1080/10548408.2024.2404839>
- Egbengwu, V., Garn, W., and Turner, C. J. (2025). Metaverse for manufacturing: Leveraging extended reality technology for human centric production systems, *Sustainability*, 17(1), 280. <https://doi.org/10.3390/su17010280>
- Hubner, I. B., Lemy, D. M., Pramezwar, A., and Djakasaputra, A. (2024). Antecedents of happiness and tourism servicescape satisfaction and the influence on promoting rural tourism. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 1910, 191033. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.191033>
- Huo, T., Yuan, F., Huo, M., Shao, Y., Li, S., and Li, Z. (2023). Residents' participation in rural tourism and interpersonal trust in tourists: The mediating role of residents' perceptions of tourism impacts. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 457-471. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.011>
- Jenkins, R. G. (2014). *Agriculture and tourism development: The case of St. Kitts*. Dissertation/Thesis, University of Waterloo. Geography - Tourism Policy and Planning.
- Jin K, Zhong, Z. Z., and Zhao, E. Y. (2024). Sustainable digital marketing under big data: An AI random forest model approach *IEEE Trans. Engineering Management Journal*, 71, 3566-3579. <https://doi.org/10.1109/TEM.2023.3348991>
- Liu, Y., and Guan, P. (2022). Construction of a smart tourism service platform based on the Internet of Things under Computer- Aided Technology. *Computer-Aided Design and Applications*, 19, 36-46. <https://doi.org/10.14733/cadaps.2022.S6>
- Lee Chin, W., Dato Musa, S. F. P., and Coetzee, W. (2021). Agritourism resilience against Covid-19: Impacts and management strategies. *Chin & Pehin Dato Musa, Cogent Social*. 7(1), 314-327. <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1950290>
- Myrovali, G., Tzani, G., and Morfoulaki, M. (2024). Sustainable tourism through digitalization and smart solutions. *Sustainability*, 17, 5383. <https://doi.org/10.3390/su17125383>
- Rosario, A. T., and Dias, J. C. (2024). Exploring the landscape of smart tourism: A systematic bibliometric review of the literature of the internet of things. *Administrative Sciences*, 14, (22), 1-36. <https://doi.org/10.3390/admsci14020022>
- Revollo-Fernández, D. A., Lithgow, D., Von Thaden, J. J., Salazar-Vargas, M. D. P., and Rodríguez de los Santos, A. (2024). Unlocking local and regional development through nature-based tourism: exploring the potential of agroforestry and regenerative livestock farming in Mexico. *Economies*, 12 137. <https://doi.org/10.3390/economies12060137>
- Rocha J. (2020). Smart Tourism and Smart Destinations for a Sustainable Future. In: W. Leal Filho, et al. (eds.), *Decent Work and Economic Growth*, Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goal, 1-10. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71058-7_88-1

- Singha, M., Lee, M., and Tsai, K. (2025). The impact of smart tourism technologies on engagement, experiences, and place attachment: A focused study with gamification as the moderator. *Journal of Destination Marketing & Management*, 36, 100997. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.100997>.
- Susanti, C. E., Hermanto, Y. B., and Suwito, B. (2023). The effect of tourist destination image (TDI) on intention to visit through tourism risk perception (TRP) of COVID-19 in the tourism industry in the new normal era in Indonesia: Case study in east java. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(2), 76. <https://doi.org/10.3390/jrfm16020076>
- Shen, S., and Wang, Q. (2018). Innovation strategy of traditional village tourism development in Liaoning province under the background of Smart Village Construction. In 2018 International Conference on Intelligent Transportation, Big Data & Smart City (ICITBS. IEEE.85-88. <https://doi.org/Bookmark:10.1109/ICITBS.2018.00030>
- Thakur, A., Singla, K., and Mohanty, S. H. (2023). Smart fields, smart yields: Unlocking sustainable agritourism through digitalization. *Drishtikon: A Management Journal*, 14(1).47-64.
- Varotsis, N. (2022). Digital entrepreneurship and creative industries in tourism: A research Agenda. *Economies*, 10(7), 167. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2227-7099/10/7/167>.
- Wang, Y., Shen, S., Sotiriadis, M., and Zhang, L. (2020). Suggesting a framework for performance evaluation of tourist attractions: Abalance score approach. *Sustainability*, 12(15), 6220. <https://doi.org/10.3390/su12156220>
- Wei, H. (2021). Integrated development of rural eco-tourism under the background of artificial intelligence applications and wireless Internet of Things. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 1-13. <https://doi.org/10.1007/s12652-021-03104-0>.
- World Tourism Organization. (2023). Economic contribution of tourism and impact of Covid-19. UNWTO tourism data dashboard. Available at: <[https:// www.unwto.org/statistics-data/economic-contribution-tourism and impact covid19](https://www.unwto.org/statistics-data/economic-contribution-tourism-and-impact-covid19)>.
- Ye, H., Zhang, K., and Law, R. (2021). A framework of implications for smart tourism development in Hong Kong. *Journal of Smart Tourism*, 1(1), 31-39. <https://doi.org/10.52255/smarttourism.2021.1.1.5>.
- Zu, M. (2025). Forecasting agricultural tourism experience quality using internet of things and big data in China. *Environmental Research Communication*, 7, 055023. <https://doi.org/10.1088/2515-7620/add793>

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری...

ضمیمه ۱- تناسب راهبردی بین منابع و قابلیت‌ها و عوامل محیطی

سطوح مقیاسه	بسیار ضعیف	ضعیف	تا حدودی	قوی	بسیار قوی	عوامل محیطی (PESTEL)																			
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
منابع و قابلیت‌ها	RC1	ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	ضعیف	ضعیف	قوی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	ضعیف	تاحدودی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	ضعیف	ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	ضعیف				
	RC2	تا حدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی				
	RC3	قوی	خیلی ضعیف	قوی	ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی			
	RC4	خیلی قوی	قوی	قوی	قوی	تا حدودی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی			
	RC5	خیلی ضعیف	خیلی ضعیف	تا حدودی	خیلی ضعیف	تا حدودی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی	قوی	قوی			
	RC6	خیلی ضعیف	ضعیف	خیلی قوی	تاحدودی	ضعیف	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی			
	RC7	خیلی ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	خیلی ضعیف	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	قوی	ضعیف	خیلی ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	قوی	ضعیف	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	قوی	قوی			
	RC8	خیلی قوی	قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	قوی			
	RC9	خیلی قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	قوی	قوی			
	RC10	خیلی ضعیف	ضعیف	قوی	ضعیف	قوی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	خیلی ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	تاحدودی	تاحدی	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	ضعیف			
	RC11	ضعیف	تا حدودی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	تاحدودی	قوی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	خیلی قوی			
	RC12	خیلی قوی	تا حدودی	تا حدودی	ضعیف	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	ضعیف	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	تاحدی	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	خیلی ضعیف	خیلی قوی			
	RC13	قوی	قوی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	قوی	ضعیف	ضعیف	قوی	خیلی ضعیف	تاحدودی	خیلی ضعیف	ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	خیلی ضعیف			
	RC14	تا حدودی	تا حدودی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	قوی	قوی	قوی	ضعیف	خیلی قوی	ضعیف	تا حدودی	قوی	ضعیف	قوی	خیلی ضعیف	خیلی ضعیف	قوی	خیلی ضعیف	ضعیف	ضعیف			
	RC15	تا حدودی	تا حدودی	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	خیلی قوی	قوی	قوی	تا حدودی	قوی	خیلی ضعیف	تا حدودی	قوی	تاحدودی	ضعیف	قوی	خیلی ضعیف	ضعیف	خیلی ضعیف	ضعیف	تاحدودی			
	RC16	تا حدودی	تا حدودی	تا حدودی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	تا حدودی	تاحدودی	ضعیف	تا حدودی	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	ضعیف	قوی	قوی	تاحدودی	قوی			

ادامه ضمیمه ۱

سطوح مقایسه	بسیار ضعیف	ضعیف	تاحدودی	قوی	بسیار قوی	عوامل محیطی (PESTEL)																			
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
منابع و قابلیت‌ها	RC17			تا	قوی	ضعیف	خیلی ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	قوی	تا	تاحدودی	خیلی ضعیف	تا	تاحدودی	ضعیف	قوی	ضعیف	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	خیلی			
	RC18			تا	قوی	ضعیف	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	قوی	تا	تاحدودی	خیلی ضعیف	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی			
	RC19			قوی	تاحدودی	تا	ضعیف	قوی	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	قوی			
	RC20			تا	قوی	تا	ضعیف	قوی	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	تا	تا	ضعیف	تاحدودی	قوی	قوی	ضعیف	قوی	تاحدودی	قوی	تاحدودی			

ضمیمه ۲- تناسب راهبردی بین منابع و قابلیت‌ها و اهداف

سطوح مقایسه	بسیار ضعیف	ضعیف	تاحدودی	قوی	بسیار قوی	اهداف (Objectives)																			
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
منابع و قابلیت‌ها	RC1			ضعیف	تاحدودی	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	تاحدودی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	خیلی ضعیف	قوی	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	ضعیف			
	RC2			ضعیف	تاحدودی	ضعیف	قوی	بسیار قوی	قوی	تاحدودی	ضعیف	قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	ضعیف	قوی			
	RC3			قوی	ضعیف	تاحدودی	قوی	قوی	ضعیف	تاحدودی	قوی	خیلی قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	تاحدودی	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی			
	RC4			قوی	قوی	بسیار قوی	بسیار قوی	بسیار قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	ضعیف	خیلی قوی	خیلی قوی			
	RC5			تا	تا	قوی	تاحدودی	تا	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	ضعیف	ضعیف	خیلی قوی	ضعیف	ضعیف	ضعیف			
	RC6			تا	تا	تا	ضعیف	ضعیف	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	خیلی ضعیف	تاحدودی	خیلی ضعیف	قوی	قوی	قوی			
	RC7			تاحدودی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی	ضعیف	قوی	تاحدودی	تاحدودی	قوی	ضعیف	ضعیف	خیلی قوی	خیلی ضعیف	قوی	خیلی ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی			
	RC8			خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	تاحدودی	خیلی ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	قوی			
	RC9			خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی ضوی	خیلی قوی	قوی	ضعیف	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	قوی			
	RC10			تاحدودی	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	قوی	قوی	تاحدودی			

کاربست یک چارچوب تحلیلی یکپارچه در شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری...

ادامه ضمیمه ۲

منابع و قابلیت‌ها		اهداف (Objectives)																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
منابع و قابلیت‌ها	RC11	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	قوی	قوی
	RC12	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	قوی
	RC13	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	تاحدودی	قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	تاحدودی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	قوی	تاحدودی	تاحدودی
	RC14	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی
	RC15	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	تاحدودی	قوی	تاحدودی
	RC16	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی
	RC17	تاحدودی	ضعیف	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	قوی	خیلی قوی	تاحدودی	ضعیف	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی
	RC18	تاحدودی	تاحدودی	قوی	تاحدودی	تاحدودی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	تاحدودی	تاحدودی	قوی	قوی	قوی	ضعیف	قوی
	RC19	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	ضعیف	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی
	RC20	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	تاحدودی	خیلی قوی	قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی	خیلی قوی